الإعلام الصحفي



د. لؤي خليل







الإعلام الصحفي

تأليف

د. لؤي خليل

دار أسامة للنشر والتوزيع

عمان - الأردن

الناشر

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن- عمان

◆ هاتف: 5658252-5658253 فاكس: 5658254

◆ العنوان: العبدلي مقابل البنك العربي

ص ب: 141781 البيادر

الرمز البريدي ١١٨١٤

Email: darosama@wanadoo.jo

Email: darosama@hotmail.com

Email: Info@darosama.com

www.darosama.com

2014م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2013/6/2331)

070.4

خليل لؤي

الإعلام الصحفي/لؤي سعيد خليل

عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2009

( )ص

ر.إ.: 2009/6/2331

الواصفات:/الاعلام /الصحف والصحافة/الاتصال الجماهيري

◆ اعدت دائرة المكتبة الوطنية بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية

ISBN 978-9957-22-297-0 (ردمك)

المقدمة

الصحافة هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها، والصحافة قديمة قدم العصور والزمن، ويرجع تاريخها إلى زمن البابليين حيث استخدموا كاتباً لتسجيل أهم الأحداث اليومية لتعرف الناس عليها.

نحن- بلا شك – نعيش عصراً مختلفاً كل الاختلاف عن كل العصور التي عاشها أسلافنا وما من عصر شهد متغيرات متلاحقة في فترة زمنية قصيرة نسبياً وعلى مستويات عديدة كعصرنا هذا، ولعل أهم أسباب تسارع المتغيرات هو هذا التطور الهائل في أنظمة الاتصال والتواصل، فغدا الإعلام أكثر أهمية من أي وقت مضى وتحول لدى البعض إلى غاية أكثر منه وسيلة.

كانت اللغة ولا تزال وسيلة اتصال وتواصل بين البشر، وتنوعت أساليب التواصل فمن نطق وسماع مباشرين إلى لغة مكتوبة ومقروءة إلى نطق وسماع عبر الأثير من خلال أجهزة البث المعروفة، وقد بدأت الصحافة كوسيلة تواصل منذ أن عرف الإنسان الكتابة، وليست الرقم والرقع والمنقوشات الحجرية سوى صحف كتبها أناس أرادوا للغير أن يطلع عليها، ومع تطور وسائل الاتصال ظهرت الصحافة الورقية والتي كانت في بداية عهدها لفئات قليلة من المجتمع تمثل الطبقة الغنية، إذ أنها أي الصحيفة الورقية كانت مكلفة وغالية الثمن، وما لبثت أن انطلقت لتنتشر بسرعة مع انتشار المطابع، وتنوعت الإصدارات من فكر وسياسة وعلوم ومجتمع وغير ذلك، وكانت الصحف السياسية التي لا تتماشى مع سياسة حكومة بلدها

كثيراً ما تصادر أدواتها ويلاحق محرروها، وظلت الصحافة لسان حال الحكومات وفي أحيان نادرة لسان حال الشعوب وتربعت على عرش ما أطلق عليه اسم السلطة الرابعة، ولا تزال تحمل لقب صاحبة الجلالة، ويحلو للبعض تسميتها أو بالأحرى تسمية مهنتها بمهنة المتاعب.

وجاء اختراع الحاسوب ليشهد العالم بعمومه ثورة ما يسمى بالمعلوماتية، واختلفت نسبة استخدام الحاسوب من بلد لآخر، ولا ننكر أن الولايات المتحدة الأمريكية كانت السباقة في مجال الإنترنت، حيث أن أول جهة استخدمت تقنيات الحاسوب بوصفه أداة للاتصال هي وزارة الدفاع الأمريكية، ومن أمريكا وأوربا إلى الوطن العربي حيث انتشرت بسرعة أدوات التواصل كالبريد الإلكتروني والصحافة الإلكترونية... هذا التسارع بنمو وازدياد الشبكة العنكبوتية جعل الوطن العربي ولاسيما دول الخليج بوصفها موطن النفط يواجه تحديات كبرى فرضت عليه، من تلك التحديات مواجهة القرصنة الالكترونية والإرهاب الإلكتروني.

الفصل الأول

الإعلام الصحفي

مفهوم الإعلام:

مهما اختلفت الأقوال، وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام، ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو: اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها.

إن المفهوم العلمي للإعلام عموماً- اليوم- قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار، طالما أحدث ذلك تفاعلاً ومشاركة من طرف آخر مستقبل والإعلام "علم وفن في آن واحد" فهو علم له أسسه ومنطلقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام.

التأثير الإعلامي ودعائمه:

نجاح الرسالة الإعلامية يتوقف على عدد من الشروط ومنها:

- وضوح الرسالة الإعلامية: إذ أن عملية الإعلام مشاركة وتفاهم أي أنها عملية تناغم بين المرسل والمستقبل، والتشويش أو التداخل قد تقف عائقاً دون فهم الرسالة، ومن أسباب ذلك:
- التشويش: احتواء الرسالة على ألفاظ غير معروفة أو كانت سرعة المتحدث غير ملائمة، أو الطباعة رديئة، أو الصوت ضعيفاً.

- الظروف المحيطة بالرسالة: حيث تؤثر تأثيراً كبيراً على مدى تقبل الرسالة الإعلامية أو رفضها، ذلك لأن نفسية المستقبل وطريقة تربيته، ودرجة ثقافته تؤثر على كيفية استجابته لها.
- القيم والمبادئ الاجتماعية: إذ يعتمد مدى النجاح على درجة تأثر المستقبل بالقيم السائدة في المجتمع، واندماجه فيها.

الصحافة:

الصحافة هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها، والصحافة قديمة قدم العصور والزمن، ويرجع تاريخها إلى زمن البابليين حيث استخدموا كاتباً لتسجيل أهم الأحداث اليومية لتعرف الناس عليها.

والصحافة إحدى أهم المهن، التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم وأمتهم، والعالم أجمع، كما تساعد الناس في تكوين الآراء، حول الشؤون الجارية، من خلال الصحف والمجلات، والإذاعة والتلفاز، ويشار إلى وسائل الاتصال المذكورة بالصحافة أو الوسائل الإخبارية، وفي كل يوم يجتمع الصحفيون في مختلف أنحاء العالم، ويحررون المقالات عن آلاف الوقائع الإخبارية، ويتولى المراسلون الصحفيون، تغطية الوقائع المحلية، بينما يغطي غيرهم، ومنهم المراسلون بالخارج، الأخبار القومية والدولية.

الصحيفة: هي كل سطح رقيق يكتب عليه، والجمع صحائف وصُحُف وصُحْف، وقد ورد في القرآن الكريم: ﴿ إِنَّ هَٰذَا لَفِي الصُّحُفِ الْأُولَىٰ ۞ صُحُفِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَىٰ ﴾ (الأعلى: ١٨، ١٩)، والمصحف - بكسر الميم وضمها وفتحها - هو الجامع للصحف المكتوبة بين دفتين، قال اللغويون: إنما سمّي مصحفاً لأنه أصحف، أي جعل جامعاً للصحف، وقد غلبت التسمية على النسخة من القرآن الكريم، والصحيفة إذن أو الجريدة هي إضمامة من الصفحات أو مجموعة منها تصدر في مواعيد

منتظمة وتحمل في طياتها مادة خبرية وثقافية في السياسة والاجتماع والاقتصاد والعلم والثقافة والفنون والرياضة، والذي يعمل بهذه المهنة يُسمى صحفياً وصحافياً.

والصحيفة نشرة مخصصة لتقديم الأخبار والتعليق عليها، وتُعد الصحف وسيلة ممتازة، لمتابعة الأحداث الجارية، كما تؤدي دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام، وتمتاز الصحف على الوسائل الإخبارية الرئيسية مثل الإذاعة والتلفزة، بأنها تغطي مزيداً من الأنباء وبتفاصيل أكبر، والصحيفة عمل من أعمال الحضارة والتقدم، فليست مهمتها فقط نقل الأخبار والأحداث بل بها أبواب عن الفن والرياضة والتسلية والأبواب التجارية بكافة أشكالها، وهي تحرص على أن تلبي حاجة كل إنسان، لذلك يزداد الاهتمام بها يوما بعد يوم، ويقبل الناس عليها في أي وقت من نهار أو ليل.

أما في روما فقد كانت القوانين وقرارات مجلس الشيوخ والعقود والأحكام القضائية والأحداث ذات الأهمية التي تحدث فوق أراضي الإمبراطورية تسجل لتصل إلى الشعب ليطلع عليها، وأصيبت هذه الفعالية بعد سقوط روما، وتوقفت حتى القرن الخامس عشر، وفي أوائل القرن السادس عشر وبعد اختراع الطباعة من قبل غوتنبيرغ في مدينة ماينز بألمانيا ولدت صناعة الأخبار والتي كانت تضم معلومات عن ما يدور في الأوساط الرسمية، وكان هناك مجال حتى للإعلانات.

في حوالي عام ١٤٦٥م، بدأ توزيع أولى الصحف المطبوعة وعندما أصبحت تلك الأخبار تطبع بصفة دورية، أمكن عندها التحدث عن الصحف بمعناها الحقيقي وكان ذلك في بدايات القرن السادس عشر، وفي القرنين السابع عشر والثامن عشر أخذت الصحافة الدورية بالانتشار في أوروبا وأمريكا، وأصبح هناك من يمتهن الصحافة كمهنة يرتزق منها، وقد كانت الثورة الفرنسية حافزاً لظهور الصحافة الحديثة، كما كانت لندن مهداً لذلك.

الصحافة العالمية:

في عام ١٧٠٢ ظهرت في لندن صحيفة الديلي كوران Daily Courant أولى الصحف اليومية في العالم، أما صحيفة التايمز Times فقد أسست في عام ١٧٨٨،

وفي عام ١٨٠٥ ظهرت صحيفة الكوريية Courier، وفي عام ١٨١٤ استخدمت آلات الطباعة البخارية لطباعة صحيفة التايمز اللندنية.

الصحافة العربية:

بدأت الصحافة العربية مع حملة نابليون بونابرت على مصر عام ١٧٩٨، حيث أصدرت في القاهرة صحيفتان باللغة الفرنسية، في عام ١٨٢٨ أصدر محمد علي باشا صحيفة رسمية باسم جريدة الوقائع المصرية، في عام ١٨٨٥ أصدر رزق الله حسون في اسطنبول جريدة عربية أهلية باسم مرآة الأحوال العربية، وفي بدايات القرن العشرين كثر عدد الصحف العربية وخصوصاً في مصر، فصدرت المؤيد واللواء والسياسة والبلاغ والجهاد، ومن الصحف القديمة والتي لا زالت تصدر إلى يومنا هذا جريدة الأهرام والتي صدرت لأول مرة في عام ١٨٧٥، ومنافستها جريدة الأخبار التي صدرت عام ١٩٤٤، إضافة إلى العديد من المجلات الأدبية والفنية والثقافية.

وفي الجزائر صدرت جريدة المبشر عام ١٨٤٧ وكانت جريدة رسمية فرنسية، ثم صدرت جريدة كوكب أفريقيا عام ١٩٠٧ وكانت أول جريدة عربية يصدرها جزائري.

وفي لبنان صدرت جريدة حديقة الأخبار عام ١٨٥٨، ثم تبعها العديد من الصحف منها نفير سوريا والبشير، وحاليا تصدر جريدة النهار والأنوار والعديد من الصحف والمجلات الأخرى.

وفي تونس صدرت جريدة باسم الرائد التونسي عام ١٨٦٠.

وفي سوريا بدمشق تحديداً صدرت جريدة سوريا عام ١٨٦٥، ثم تبعها العديد من الصحف منها غدير الفرات والشهباء والاعتدال في حلب وصدرت صحف كثيرة متخصصة في دمشق.

وفي ليبيا صدرت أول جريدة طرابلس الغرب عام ١٨٦٦.

في العراق صدرت أول صحيفة الزوراء عام ١٨٦٩ تبعها عدة صحف منها جريدة الموصل والبصرة وبغداد والرقيب.

وفي (كردستان) صدرت أول صحيفة كوردية باسم كوردستان في ١٨٩٨/٤/٢٢ في المهجر في مصر الحضارات، أصدرها مقداد مدحت بدرخان، والآن يصدر في كردستان العراق مئات الصحف والمجلات كـ (التآخي، خةبات (النضال)، كوردستاني نوى (كوردستان الجديدة، هاولاتي (المواطن)، رةسةن (الأصالة) وغيرها.

وفي المغرب صدرت جريدة المغرب عام ١٨٨٩.

وفي فلسطين صدرت جريدة النفير عام ١٩٠٨.

وفي الأردن صدرت أول جريدة في عمان باسم الحق يعلو عام ١٩٢٠.

وفي المملكة العربية السعودية صدرت أول جريدة رسمية باسم جريدة القبلة ثم غير اسمها إلى جريدة أم القرى عام ١٩٢٤.

وفي اليمن صدرت جريدة الأيمان عام ١٩٢٦.

وفي الكويت صدرت جريدة الكويت عام ١٩٢٨.

وفي البحرين صدرت جريدة البحرين عام ١٩٣٦.

ما هي الصحافة:

تعرف الصحافة على أنها مطبوع دوري يصدر بصفة منتظمة، وتحت عنوان ثابت وينشر الأخبار والموضوعات السياسية والاجتماعية والثقافية والفنية والرياضية والاقتصادية ويشرحها ويعلق عليها، وهي تختلف بالتالي عن الدورية الصحفية، فالدورية كما عرفتها منظمة اليونسكو (Umsco) هي كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة، ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها، ويشترك في تحريرها العديد من الكتاب والمحررين الصحفيين ويقصد بها أن تصدر إلى مالا نهاية، وقد قسمت منظمة اليونسكو الدوريات الصحفية إلى فئتين هما:

١. الصحف News paper:

وهي الجرائد ومنها الصحف اليومية، والصحف غير اليومية (مرتين في الأسبوع أو أكثر)، أو الصحف الأسبوعية، أو حتى النصف شهرية.

٢. المجلات Magazines:

وتنقسم إلى مجلات عامة تهم المثقف العام وتتناول كل مجالات الحياة المختلفة، وأخرى متخصصة في علم من العلوم المختلفة كالطب، الرياضة، الأدب، الفن، السينما، الاقتصاد، المرأة، الطفل، الشباب،....) أما الدوريات العامة فهي تلك الصحف والمجلات التي تصدر في مواعيد منتظمة تحت عنوان واحد سواء أكانت يومية أو أسبوعية أو نصف شهرية أو شهرية.

والصحافة بهذا المعنى لا تعمل من فراغ، ولكن تدخل مع بقية النظم والمؤسسات الاجتماعية الأخرى القائمة في المجتمع في شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها.

ومن ناحية أخرى تخضع الصحيفة في ممارستها لوظائفها وفي كافة عملياتها لطبيعة البناء الاجتماعي والسياسي السائد في المجتمع، باعتبار أن هذه الطبيعة هي التي تحدد نمط ملكية المؤسسات الصحفية وأساليب إدارتها، ويفرض الخط الفكري والأيديولوجي الذي تعمل الصحافة في إطاره، ويحدد الوظائف والمهام التي تؤديها في المجتمع ومن ناحية أخرى يمثل البناء الاجتماعي والسياسي مصدراً مهماً من مصادر المعلومات التي تستقي منه الصحافة الوقائع والأحداث، ويؤثر بالتالي على نوعية ما يتم طرحه في الصحافة من أفكار ومفاهيم.

ورغم ما سبق لا يمكن تجاهل الدور الذي تلعبه المؤسسات الصحفية حيث تؤثر على الأنظمة الاجتماعية والسياسية القائمة، فالحدث الذي حمل الإساءة للرسول (ص) من بابا الفاتيكان أو في الصحافة الدانماركية دفع الصحف العربية بكل توجهاتها وميولها إلى رد فعل قوي تجاه ما تم نشره من رسوم كاريكاتيرية تسيء إلى الإسلام والإعلان عن مقاطعة البضائع والمنتجات الأوربية، والمطالبة باعتذار رسمي للمسلمين في كل دول العالم، وكذلك احتجاج بعض الدول الإسلامية وقامت بسحب سفرائها وبعثاتها الدبلوماسية من دولة الدانمارك وغيرها من الدول التي أعادت

نشر هذه الصور في صحفها، مما يؤكد طبيعة العلاقة القوية بين الصحيفة من ناحية والأنظمة السياسية والاجتماعية القائمة في المجتمع من ناحية أخرى.

فإذا كانت الصحيفة تتأثر بطبيعة المجتمع التي تعمل في إطاره فإن قدرة الصحيفة على القيام بمهامها وتحقيق اتصال فعال يتوقف على ما يدور داخل هذه الصحيفة أو المؤسسة التي تصدر منها حيث يحكم عملياتها في ذلك العديد من القيود والقواعد والتنظيمات فضلاً على ما تفرضه متطلبات العمل والنشر، وملء الصفحات التي تضمها الصحيفة كما أن الصحيفة مطالبة في نفس الوقت بتقديم إنتاج صحفي متميز بعيداً عن التكرار والتفاصيل البعيدة عن اهتمامات القراء، وهي ضغوط تفرض على العمل داخل المؤسسات الصحفية وتؤثر في النهاية على المنتج الصحفي، فضلاً عن الضغوط التي تتعلق بعامل الوقت والإمكانات المتاحة، والمنافسة الصحفية، وسياسة الصحيفة وتأثير النظام السياسي للدولة على الأنظمة الإعلامية التي تعمل في إطاره بما يدفع إلى تجنب الاصطدام به، وانتقاء المواد الصحفية قبل نشرها لتفادي ما سبق الإشارة إليه.

هذا فضلاً عن أن كل صحيفة شخصية تميزها عن غيرها من الصحف تحريراً وإخراجاً، كما أن لكل فرد شخصيته المتميزة والمتفردة، ولكل أمة شخصيتها القومية وهويتها الخاصة.

وعلى هذا فإن شخصية الصحيفة تحددها سياستها التحريرية من ناحية وجمهور القراء الذي تخاطبه من ناحية ثانية وأسلوبها التحريري والإخراجي من ناحية ثالثة، فقد يجد المحرر الصحفي والجهاز التحريري نفسه سيل من التساؤلات التي لا حدود لها حول المفيد وغير المفيد، والصالح وغير الصالح من الأخبار حيث يحسم الأمر في النهاية القناعات الذاتية للعاملين بكل صحيفة ومدى فهمهم للواقع الحضاري والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمون إليه، حيث أن هذه القناعة وهذا المهم لا يتأثر من فراغ وإنما هو وليد سياق اجتماعي وثقافي ومؤسسي معين

يحدد رؤى العاملين بكل صحيفة ويوجه عملية انتقاء ونشر الأخبار بحيث تأتي في النهاية تعبيراً عن هذا السياق وإفرازاً له.

ميادين الصحافة:

هناك خمسة ميادين رئيسية للصحافة هي:

الصحف: وتغطي أحداثاً إخبارية تفصيلية أكثر من غيرها من الوسائل الإخبارية، ولكن لا تستطيع منافسة الإذاعة والتلفاز في سرعة نقل الأنباء أولاً بأول، ولعل الميزة الكبرى للصحف على الإذاعة والتلفاز، تكمن في إمكان التعمق في تقديم الأحداث الإخبارية، وبينما تتيح الصحف للقراء استيعاب الأنباء، بمطلق الحرية والتأني، فإنه لا يمكن للمستمعين لإذاعة الأنباء أن يتحكموا في سرعة أو وقت إذاعتها، وتأتي الأخبار عن الموضوعات المتعددة من مصادر محلية وعالمية مختلفة، تتنوع بين اتصالات شخصية، يقوم بها المراسلون والمحررون، وبرقيات عاجلة، وتقارير تتلقاها الصحيفة عبر مختلف وسائل التقنية الحديثة.

وكالات الأنباء: للصحف الكبرى والمجلات الإخبارية الوطنية، وشبكات الإذاعة والتلفاز الوطنية، مراسلون صحفيون يتمركزون في المدن الكبرى، داخل البلاد وخارجها، أما باقي الصحافة، فتعتمد اعتماداً كلياً على وكالات الأنباء، فيما يتعلق بالأخبار الوطنية والدولية، وتشمل وكالات الأنباء الأخرى: مؤسسات بيع الأخبار ومؤسسات بيع المقالات والصور، التي تديرها منظمات تجارية تبيع موضوعات، مثل أعمدة النصح والإرشاد والمسلسلات الهزلية وأعمدة الرأي، ومن وكالات الأنباء العالمية: أجانس فرانس برس في فرنسا، وزينهوا (شينخوا) بالصين، وكيودو باليابان، ورويتر ببريطانيا، وتاس في روسيا، وأسوشييتد برس بالولايات المتحدة، والشرق الأوسط بجمهورية مصر العربية، وواس بالمملكة العربية السعودية، وسونا بجمهورية السودان.

المجلات: وهي كالصحف، حيث تمكّن الناس من متابعة الأخبار في الأوقات وبالسرعة التي تناسبهم، واختيار الأنباء التي تهمهم، وبوجه عام فإن المادة الصحفية

للمجلات الإخبارية الدورية، تفوق تلك التي تُنشر بالصحف، وتُخصص المجلات الإخبارية الأسبوعية وتحلل أهم الأحداث الوطنية والدولية للأسبوع السابق، وتحوي أيضاً مقالات عن التطورات في الفن والأعمال التجارية والتعليم والعلوم وغيرها.

الإذاعة: أولى الوسائل الإخبارية التي تنقل الأحداث المحلية والعالمية، حيث يمكن للمذيع أن يقطع أي برنامج لإذاعة خبر ما بمجرد وصوله، ويعتمد ملايين الناس على الإذاعة، بالنسبة لنشرات الأخبار المنتظمة، والتنبؤات الجوية وغيرها.

التلفاز: يُعد المصدر الرئيسي للأخبار لكثير من سكان العالم، فهو يجعل الجمهور شاهد عيان للأحداث الإخبارية اليومية، بالأفلام المصورة أو الشرائط المسجلة أو النقل المباشر.

الصحافة علم وفن:

قد يتبادر إلى الأذهان، أن هناك تناقضاً في هذا العنوان، إذ كيف يمكن أن تكون الصحافة علماً وفناً، في وقت واحد، فالعلم يتناول موضوعات خاصة بقوانين علمية محددة، بينما الفن لا يخضع لقوانين محددة، بل يخضع للإبداع الفردي، أو بمعنى آخر، إن العلم موضوعي، والفن ذاتي.

وهذا الموضوع مثار جدل كبير، فالبعض يرى أن الصحافة فن، والراغب في العمل فيها لابد أن يكون موهوباً، وأن الصحفي يولد، وفي يده القلم، وفي رأسه الفكرة، على حد تعبير بعضهم، بينما يؤكد آخرون أن الصحافة مهنة كسائر المهن، في المجتمع تحتاج إلى استعداد طبيعي ولكنها، كأي مهنة لها مكونات ثلاثة هي: المعارف، والمهارات، والقيم، التي يمكن اكتسابها، وتطويرها، تعليماً وتدريباً.

فالذين يقولون إن الصحافة فن يرون: "أن الصحافة استعداد طبيعي، قبل كل شيء، ولكي يكون الإنسان صحفياً وجب عليه أن يستجيب للنداء، الصادر من أعماقه، وأن تتوافر فيه الموهبة، والرغبة الملحة، في ملاحظة الحياة والناس".

وعلى الجانب الآخر هناك من يقول بضرورة الدراسة والتجربة، مثل جوزيف بوليتزر الصحفي، المجري الأصل، الذي أصبح ناشر النيويورك ورلد، ورئيس

تحريرها، في أوائل القرن العشرين، فمن رأيه "أن كل ذكاء في حاجة إلى من يتعهده، حتى لو سلمنا بأن الاستعدادات الطبيعية هي مفتاح النجاح، في جميع ميادين النشاط الإنساني"، وأن الصفات الخلقية- وهي لازمة للصحفي الناجح تنمو بالعلم والتجربة.

ويشير بوليتزر، كذلك، إلى أن الصحفيين، الذين لم يؤهلوا، إنما يتعلمون مهنتهم، على حساب الجمهور، ويضيف قائلاً: "لا يكفي أن يكون صحفي الغد متعلماً، تعليماً جامعياً عاماً، بل لابد من إعداده، لمهنته الجديدة، إعداداً خاصاً"، ويجيب بوليتزر على الذين يدعون أن الصحافة، في ذاتها، ليست مادة، يمكن تدريسها، بأنه: "كلما قطع المعترضون بأن هناك أشياء لا يمكن تدريسها، برهنوا على ضرورة ما يمكن تدريسه، إن المدرسة تكمل، ولا توجد، وإن كنا نحكم، على قيمة التعليم، من قدرته على إخراج صفات عقلية، من العدم، فإنه لا يكون، أمام معاهد التعليم، من رياض الأطفال إلى الجامعة، إلا أن تغلق أبوابها، فيتعطل جميع المشتغلين بالتعليم".

ويرى جوزيف بوليتزر، كذلك، أن الصحافة هي أكثر المهن حاجة إلى أوسع المعارف، وأعمقها، ويسأل هل يصح أن تُترك هذه المهنة، ذات المسؤوليات الكبيرة، تُمارس من دون أي تأهيل منتظم.

وجدير بالذكر أن بوليتزر أوصى، عند وفاته، بمليونين ونصف مليون دولار، لتأسيس مدرسة صحافة، وإنشاء جوائز سنوية باسمه لأحسن إنتاج، في مجال الصحافة والأدب.

وهناك من يقول: إذا كان لابد للجامعات، من أن يكون لها دور معلوم، في التدريب المهني للصحفيين، فليكن ذلك، على المستوى فوق الجامعي، ومن أصحاب هذا الرأي، توم هولكنيسون، الذي عمل رئيساً لتحرير صحيفة بيكتشربوست، من ١٩٤٠ إلى ١٩٥٠، وأصبح فيما بعد، مديراً لمركز الدراسات الصحفية، في جامعة كارديف البريطانية.

الفصل الثاني

التحرير الصحفي

فن التحرير الصحفي أحد الأركان والفنون المهمة التي اعتمدت عليها صناعة الصحافة أمس واليوم ومستقبلاً على اعتبار أن قوام أي صحيفة أو مجلة يقوم على ثلاثة هياكل رئيسية هي:

١. القسم الإداري.
٢. القسم التحريري.
٣. القسم الفني.

والقسم الإداري يقوم بالمهام الإدارية داخل الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية ويشمل رئيس مجلس الإدارة والإدارات التابعة له من إدارة إعلانات، ووحدة شؤون عاملين، وإدارة الحسابات والمخازن، وإدارة السيارات، ووحدة التوزيع والمرتجعات، وموظفين الأمن والحراسة، والسعاة وغيرهم.

أما القسم التحريري فهو يشمل رئيس التحرير الذي يُعد وفق القانون المسؤول عن كل ما يتم نشره من موضوعات وأخبار على صفحات الجريدة أو المجلة التي يرأس تحريرها، وبالتالي فهو يحاسب عن كل ما يتم نشره في الصحيفة التي يترأس تحريرها من ناحية، ومعه كاتب الخبر أو الموضوع أو المقال من ناحية أخرى، ويعاون رئيس التحرير جهاز تحريري كامل يضم نواب رئيس التحرير، ومدير التحرير ورؤساء الأقسام والمحررين الصحفيين بأقسام الصحيفة المختلفة، وهذه المهمة لا علاقة لها بكل ما يتصل بمهام الإدارة داخل الصحيفة أو المؤسسة.

أما القسم الفني فيتمثل في السكرتارية الفنية وهم القائمين على إخراج وتنفيذ صفحات الجريدة والاطمئنان على الأفلام قبل إعداد الزنكات ثم عمليتي الطباعة بجانب المصورين ومهندسي الطباعة، حيث يقوم هذا القسم بكل ما هو فني داخل الصحيفة ولا علاقة له بالنواحي الإدارية أو التحريرية.

ومن هذا التصنيف يتضح أن القسم التحريري يمثل العمود الفقري في أي عملية صحفية أو إعلامية، حيث لا توجد صحيفة دون أن يقوم على إعدادها مجموعة من المحررين الصحفيين فهم يقومون على جمع المادة الصحفية من مصادرها المختلفة ثم تسليمها إلى رئيس القسم التابعين له، وبعد ذلك يختار منها ما يشاء، ويؤجل منها ما يشاء أيضاً، وبعض الموضوعات قد يتم استبعادها لعدم صلاحيتها للنشر، أو أن مضمونها لا يتفق وسياسة تحرير الصحيفة، أو خبر أو موضوع لا يرتقي إلى النشر حيث يوجد للنشر ما هو أفضل وأحسن.

فن التحرير الصحفي:

تشير معاجم اللغة إلى أن "تحرير الشيء" أي كتابته، ومعنى التحرير أي الكتابة، ويقولون تحرير صحفي يعني الكتابة في الصحفية، والمعنى فن الكتابة للصحف، حيث أنه باستطاعة أي إنسان أن يكتب ويحرر موضوعات، ولكن ليس كل ما تم تحريره أو كتابته يصلح للعمل الصحفي.

ومن هنا يمكن تعريف التحرير الصحفي على أنه:

فن نقل الوقائع والأحداث المهمة على صفحات الجريدة، حيث لا ترصد الصحف إلا كل ما هو مهم ومثير ويترجم الأحداث اليومية بصورة أقرب إلى الموضوعية، على الرغم من أن الموضوعية تُعد من القيم النسبية في الكتابة للصحف والمجلات، فليست في تحرير الصحف أخبار أو موضوعات يتم تحريرها بموضوعية كاملة، دون حذف أو إضافة بعيداً عن تدخلات المحرر الصحفي نفسه، أو رئيس القسم المباشر التابع له المحرر الصحفي، أو حتى السياسة التحريرية والتي تمثل مجموعة المبادئ والقيم والقوانين والتشريعات التي تحكم عملية الكتابة لكل

العاملين بالصحيفة بما فيهم رئيس التحرير نفسه، وكُتّاب المقالات الذين تستعين بهم الصحيفة ضمن أبوابها المختلفة.

وعلى هذا فإن علم التحرير الصحفي يقوم أساساً على فن صناعة الكلمة والقدرة على صياغتها واختيار أفضل الكلمات والألفاظ الأقرب إلى التعبير الصحيح عن الحدث أو الواقعة التي يرصدها المحرر الصحفي.

وبالتالي فإن الكلمة التي نصف بها قطاً غير الكلمة التي نصف بها أسداً، كما أن الكلمة التي تنقل وقائع مباراة لكرة القدم من ملعب رياضي بالقاهرة غير الكلمة التي تنقل وقائع حريق قطار، أو انهيار عمارة سكنية، أو غرق سفينة ركاب في البحر، أو سقوط طائرة بكل من فيها في المحيط، ومن هنا فإن الكلمات التي تم توظيفها واستخدامها في الأخبار والموضوعات التي أعقبت حصول الفريق المصري لكرة القدم على كأس الأمم الإفريقية بعد فوزه على ساحل العاج في المباراة النهائية بإستاد القاهرة، ليست هي بطبيعة الحال مثل الكلمات والعبارات التي عبرت عن غرق العبّارة المصرية (السلام ٩٨) وهي على بُعد ساعة من ميناء سفاجا؛ مع أن الحدثين كانا في فترة زمنية واحدة، فما تم كتابته عن العبّارة المصرية الغارقة بكل من فيها من مواساة وحزن على ضحايا الركاب المفقودين، وحسرة وألم أهليهم وذويهم، والعمل على سرعة صرف التعويضات (١٥٠ ألف جنيه لكل متوفي) و(١٥ ألف لكل ناجي) كان يقابل هذا كله أزمة المنتخب القومي مع الفرق الإفريقية، واستعدادات المنتخب المصري لساحل العاج، وأزمة أحمد حسام (ميدو) مع المدرب حسن شحاتة بعد رفضه الخروج من مباراة السنغال، وربما نسى الناس مأساة العبارة المصرية ومن كانوا عليها وأصبح الحديث عن رد فعل (ميدو) غير اللائق مع المدرب حسن شحاتة.

ومن هنا يمكن القول أن الإعلام عموماً (صحافة- إذاعة تليفزيون) لعب دوراً مهماً عندما قام بنشر وبث قيماً وموضوعات من شأنها أن تخفف من حجم الكارثة أو الواقعة التي كانت مسيطرة على عقول واهتمامات الشعب بكاملة،

وبالتالي فإن الصحف تتنافس فيما بينها بمقدار ما تتميز الصحف عن نظيراتها في تحرير موادها الصحفية، فليس معنى أن تزداد مبيعات صحيفة وتحقق رواجاً بالسوق أنها أفضل من غيرها، ولو تم الأخذ بهذا المعيار لقلنا أن جريدة (النبأ) المستقلة كانت تحقق في يوم ما توزيعاً فاق كل الصحف القومية والحزبية، كما أن جريدة (الدستور) استطاعت في أعدادها الأولى بعد عودتها أن تحقق توزيعاً لم يحدث من قبل، إلا أنه وبعد أن أصبحت جريدة يومية هبط توزيعها إلى معدل يجعلها من الصحف التي يقبل عليها القراء بجانب نسب تكاد تكون متفاوتة مع صحف أخرى مثل (المصري اليوم- الوفد- العربي- وصوت الأمة- والأسبوع- والميدان- والجمهورية الأسبوعي- وأخبار اليوم- وأهرام الجمعة).

ورغم أن الخبر هو الخبر، والمعلومة بكل تفاصيلها تتناولها كل الصحف وتضعها ضمن أولويات النشر لديها، إلا أن صياغة المعلومة ذاتها قد يختلف من صحيفة لأخرى، كما يختلف من محرر لآخر وفي الصحيفة الواحدة، وبالتالي فالقيم التي يحملها الخبر أو المعلومة الجديدة يعاد ترتيب ألفاظها ومضمونها لتتفق مع سياسة تحرير كل صحيفة من الصحف التي في طريقها لنشر الحدث أو الواقعة أو المعلومة.

كما أن قيم الخبر ذاته قد يختلف من وسيلة لأخرى، فالإذاعة مثلاً لابد أن يرتكز تفوقها في عملها ونقلها للأحداث والوقائع على دقة تحرير مادتها الإعلامية قبل إذاعتها، حيث يقوم المذيع قبل الحديث أمام الميكرفون بإعداد النص وتجهيزه والتأكد من مخارج الحروف والألفاظ لديه حتى يتأكد من سلامة النطق الجيد قبل إذاعتها على الجمهور بلا أخطاء.

أما تحرير الخبر التلفزيوني فيكاد يختلف حيث أنه وعلى الرغم من قيمة الحدث أو المعلومة وسرعة نقلها للجمهور في التو واللحظة، إلا أن الجانب المصور يصبح هو المهم مع المادة التحريرية المعبرة عن الحدث أو الواقعة، حيث يغلب الجانب المصور على الجانب التحريري، وبالتالي فالمذيع التلفزيوني يميل إلى اختيار الكلمات التي تعطي المضمون بسرعة، حيث يتم اختصار كلمات الحدث ليكون

دور الكاميرا هو المهم، فالجمهور الذي عرف بغرق العبّارة المصرية بالبحر الأحمر لا يحتاج إلى كلمات تعبيراً عن الحدث بأكثر ما هو في حاجة إلى رؤية ما يتم من عمليات إنقاذ لركاب العبّارة الذين تم انتشالهم قبل أن تلتهمهم الأسماك المتوحشة بالبحر، وذلك وفق الرؤية التي تؤكد أن الصورة قد تعوض القارئ عن الكثير من الكلمات والمعاني، هذا بالنسبة للصورة الصماء، فما هو الحال لو كانت الصورة متحركة وتدور الكاميرا في جوانب المكان لتنقل بكل التفاصيل ما يحدث دون حجب للمعلومات المتداولة عن الحدث ذاته، وعلى هذا فإن تحرير المادة الصحفية تكاد تكون مختلفة من وسيلة إعلامية لأخرى، وذلك وفق ما تتسم به كل وسيلة عن أخرياتها من إمكانيات وخصائص حيث تقوم كل وسيلة بإبراز أفضل عناصرها لنقل الأحداث والوقائع للجمهور الذي ينتظر الجديد عن الحدث، وإن كان الكل قد يتفق على أن الحدث نفسه لابد وأن يكون مهماً ومثيراً ويستحوذ على اهتمام الجمهور عند نشره، أو إذاعته، أو رؤيته تلفزيونياً.

ومن هنا يصبح الخبر هو المعلومة الجديدة التي لن يعرفها القراء أو الجمهور من قبل والرغبة في الإحاطة الكاملة بكل تفاصيلها، ونظراً لما للكلمات من تأثيرات مختلفة وبما تثيره من معاني ومفاهيم متباينة فإن الأخبار والموضوعات الصحفية ترتبط بثلاثة أنواع من الصحف هي:

١. الصحف المحافظة:

وهي الصحف التي تلتزم تقريباً بالجدية والاتزان والموضوعية فيما تنشره من أخبار وموضوعات، وفيما تستخدمه من أساليب فنية في تجهيز وإخراج الصحيفة

٢. الصحف الشعبية:

وهي تلك الصحف التي تميل إلى أن تأخذ بالطابع الجماهيري، والنزول إلى مستوى القراء، بما في ذلك القارئ العادي، وتسعى إلى جذب أكبر عدد من القراء وبالتالي تقوم على نشر كل ما يثير اهتمامات القراء وذلك باستخدام الأساليب

الجذابة في كتابة الموضوعات والأخبار وصياغة العناوين المصاحبة لهما، وكذلك البهرجة في الإخراج الفني للصفحات، وعلى هذا فقد غالت وتمادت بعض الصحف العربية في السير في هذا الاتجاه، وعرفت بصحف الفضائح أو الصحافة الصفراء، أو القبرصية، أو صحافة الإثارة، أو الصحف الطائفية.

٣. الصحف المعتدلة:

وهي الصحف التي تسعى إلى أن تقف في (الوسط) بين الصحف المحافظة والصحف الشعبية، وتأخذ من الاثنين معاً، حيث تأخذ من الصحف المحافظة بعض ما تلتزم به من جدية واتزان في اختيار الأخبار والموضوعات وأساليب وطرق الإخراج الفني للصفحات، وتأخذ كذلك من الصحف الشعبية بعض أساليبها في جذب أكبر عدد من القراء عن طريق العناوين المثيرة، والصور الملفتة للنظر ذات الاتساعات الكبيرة، والألوان الجذابة بما يدفع القراء إلى متابعتها، والحرص على شراء كل عدد يصدر منها.

وبخلاف التقسيم السابق فإن تحرير الخبر في الدول المتقدمة يختلف بصورة كبيرة عن الأسلوب والطريقة التي يتم بها تحرير الخبر في الدول النامية، حيث ما يزال الفرق شاسعاً، وأن الحرية الصحفية في الدول المتقدمة تكاد تعكس الصورة الحقيقة لوضع الصحافة في الدول النامية.

الفصل الثالث

الخبر الصحفي

الأسس الفنية لتحرير الخبر الصحفي:

تضم هذه الأسس القوالب الفنية التي يقوم عليها صياغة الخبر الصحفي وينقسم الخبر الصحفي بذاته إلى جزئين هما (المقدمة - والمتن) وهما يندرجان تحت العنوان الذي يمثل الدعامة الأساسية عند بناء الخبر الصحفي، وبالتالي فإن عنوان الخبر يحتاج إلى عناية ومهارة فنية في انتقائه، حيث يشترط فيه عدة أمور منها.

١. انتقاء ألفاظه المعبرة في قوة وصراحة وعمق في مادة الخبر وفحواه.
٢. المطابقة التامة بين العنوان والمضمون الذي يشتمل عليه الخبر.
٣. جذب الانتباه وإثارة الاهتمام عبر نقل الأحداث بموضوعية دون تهويل أو تزييف لوقائع الحدث.
٤. الإيجاز في اختيار الكلمات المناسبة للعنوان، والحرص على أن يجيب هذا العنوان على أحد عناصر الخبر الستة.

أما بالنسبة لمتن الخبر فيجب الالتزام بالقواعد التالية:

١. البعد عن استخدام الألفاظ الغريبة أو اللاتينية، أو التراكيب اللغوية الصعبة التي يصعب على القارئ فهمها.
٢. الحرص على ذكر المصدر في الخبر، حيث لا يوجد خبر دون أن يكون له مصدر سواء أكان هذا المصدر شخص، أو هيئة أو وزارة أو حتى وسيلة إعلامية أخرى، أو وكالات أنباء، أما الأخبار المجهولة غير معروفة المصدر فهي لا تمثل المصداقية الكاملة عند القراء.

٣. استخدام الفعل المضارع عند الصياغة حيث أن الفعل المضارع من شأنه أن يضفي طابع الحالية على الخبر المنشور.

٤. مراعاة الدقة في صياغة الفقرات دون تكرار لألفاظ وكلمات أكثر من مرة في الفقرة الواحدة، وعدم تفعيل المفهوم ضمنياً من الخبر.

٥. الميل إلى عدم التطويل في الجمل، وإبراز المعاني بأقل عدد من الكلمات، ولا داعي للمترادفات.

٦. تجنب استخدام المبنى للمجهول حيث يقوم بتعقيد المعنى بدلاً من سهولته.

فبدلاً من "شوهد قطار وهو يحترق بالركاب" تقول "شاهدت الجماهير القطار وهو يحترق بالركاب".

٧. إذا تضمن الخبر أرقاماً فإن الرقم من (١- ١٠) يكتب بالنسخ (اثنان، ثلاثة- وهكذا) أما بعد ذلك فيمكن أن تكتب الأرقام حسابياً (١١، ١٢، ١٥، ١٨، ٢٢).

٨. عدم الإفراط في الوصف، وأن يترك المحرر الصحفي للقارئ تكوين انطباعاته دون استمالته لاتجاه معين، مثل إنسان طويل جداً يبلغ طوله (ثلاثة أمتار)، فوز ساحق ومستحق للأهلي على الزمالك، نجاح منقطع النظير لافتتاح دورة الأمم الإفريقية بالقاهرة.

٩. عدم إطلاق الألفاظ بصفة مطلقة مثل: كانت ديانا أجمل امرأة في القرن العشرين وفي تاريخ البشرية، أو: كان عبد الناصر أشجع زعيم في منطقة الشرق الأوسط حتى الآن.

طرق صياغة الخبر الصحفي:

ينقسم جسم الخبر الصحفي إلى ثلاثة أقسام:

١. عنوان.

٢. مقدمة.

٣. متن.

١. بالنسبة للمقدمة:

يلزم المقدمة عادة أن تكون جذابة، وتثير اهتمام القراء إلى الخبر وأن تكون مليئة بالمعلومات، وتجيب عن أسئلة الكشف عن المجهول (من، ماذا، متى، أين، لماذا. كيف) فضلاً عن ضرورة أن تكون مختصرة وموجزة ومليئة بالحركة والصراع.

أنواع المقدمات الصحفية:

- المقدمة الوصفية:

وهي تركز على وصف الوقائع والأحداث، ويتزايد استخدام هذه المقدمة في الحوادث والجرائم والكوارث الكبرى.

- المقدمة الحوار:

وهي تقوم على محاولة خلق نوعاً من الصراع بين أطراف الخبر، مثل مواطن ومسؤول، أو نائب في البرلمان ووزير مختص.

- المقدمة المجاز:

وهي تقوم على استخدام المجاز، مثل جريدة الوفد تفتح النار على حوت السكر، والملف الأسود لحكومة شارون.

- المقدمة الحكمة:

وهي تعتمد على مثل شعبي أو حكمة مأثورة مثل إذا أفلس التاجر فتش في دفاتره القديمة هذا هو حال وزارة التموين بعد التعديل الوزاري الأخير.

- المقدمة المباغتة:

وهي تتكون من جملة واحدة قصيرة ولكنها تكون مفاجئة تشد الانتباه وتجذب اهتمامات القارئ مثل:

- طفل عربي يقود طائرة من نوع الشبح بالولايات المتحدة الأمريكية
- مرشح يطلق الرصاص على الأهالي عند تأديتهم لواجبهم الانتخابي

- المقدمة الظرفية:

وهي تقوم على تصوير الحدث، مثل الوصف التفصيلي للمباريات حيث يقوم المحرر الصحفي بإحاطة القارئ بجو المباراة، وكذلك في الاحتفالات والسهرات الغنائية.

- المقدمة الملخصة:

وهي تقوم على تلخيص أهم المعلومات بالقصة الخبرية، حيث تتصدر أهم معلومة في الخبر المقدمة.

- المقدمة التناقض:

وهي تقوم على معاني وألفاظ تتصادم مع طبيعة البيئة، مثل وفاة الفنان عادل إمام من عضة قطة، أو شحاذ يموت أمام فندق رمسيس هيلتون ومعه (ثلاثة) ملايين دولار.

- المقدمة الغرابة والطرافة:

وهي التي تشتمل على عنصر الطرافة، ويحمل الخبر حدث نادر مثل:

امرأة تتزوج (١٠) رجال في أسبوع واحد، وأخرى تضع سبع توائم في صنعاء كلهم ذكور.

- المقدمة المقتبسة:

وفيها يقوم المحرر الصحفي باقتباس فقرة، أو جملة من تصريح مسؤول مصدر الخبر لتكون هذه الفقرة هي المقدمة للخبر.

٢. *متن الخبر الصحفي:*

أما بالنسبة لتفاصيل الخبر فالأمر يتلخص في أن هذا الشق يمثل صميم كتابة وصياغة الخبر، إذ يشتمل على أهم المعلومات التي تتضمنها الأخبار بالتفصيل المناسب، وتسرد هذه المعلومات في فقرات منفصلة قائمة بذاتها بحيث إذا ما حذفت إحداها لا يختل المعنى، هذا لا ينفي أن يكون لكل خبر أسلوبه المتميز في الصياغة.

* الهرم المقلوب:

فالخبر الصحفي عادة ما يتضمن حقائق وأحداث وتصريحات، وأن أفضل أساليب صياغة الخبر طريقة (الهرم المقلوب) وفيه يبدأ المحرر الصحفي بالفكرة الأساسية في المقدمة ثم التفاصيل بعد ذلك، وفق القاعدة التي تؤكد (الأهم، ثم المهم، فالأقل أهمية).

وبعد المقدمة يتم سرد التفاصيل نقطة، نقطة تبدأ بالأكثر أهمية ثم التدرج إلى الأقل فالأقل أهمية، بحيث تأتي أهم معلومة في الخبر أو أبرز واقعة في المقدمة، وهي هنا قاعدة الهرم المقلوب أما تفاصيل الخبر فهي تأتي بعد ذلك لتشكل جسم الخبر.

* الهرم المتدرج:

وهو هرم مقلوب ولكن متدرج، حيث يقوم هذا القالب على أساس الهرم المقلوب ولكن يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب بحيث يكون للخبر مقدمة تتضمن أهم تصريح في الخبر ثم يأتي بعدها جسم الخبر في شكل فقرات متعددة يشرح ويلخص كل منها جانباً من جوانب الخبر، وبين كل فقرة وأخرى يذكر نص تصريح لمصدر الخبر أو الشخصية التي يدور حولها الخبر (لتؤكد ما سبق شرحه الفقرة السابقة وهكذا).

على أن ترتب كل فقرة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المصدر حسب أهمية كل منها وفقاً لقاعدة الأهم- فالأهم، وهذا ما يعني أن الهرم المقلوب المتدرج هو أصلح القوالب الفنية في كتابة الأخبار القائمة على سرد التصريحات كما هو الحال في المؤتمرات الصحفية أو البيانات السياسية والندوات.

* الهرم المعتدل:

ويقوم هذا القالب الفني على ثلاثة أجزاء، مقدمة تحتل قمة الهرم وهي مدخل يمهد لموضوع الخبر وإن كان لا يحتوي على أهم ما فيه، ثم جسم الخبر الذي يحتل جسم الهرم وبه تفاصيل أكثر أهمية في الحدث وهو في شكله البنائي يبدأ

بالتفاصيل الأقل أهمية، ثم التدرج بعد ذلك لتفاصيل أكثر أهمية حتى نهاية الخبر وفيها أهم قيمة يحملها الخبر، وينتشر ذلك في الكتابات الروائية والأدبية والحوادث.

الفرق بين الخبر البسيط والمركب:

يتضمن الخبر البسيط في المعتاد حدثاً واحداً، وقع في مكان واحد، ولا يحتاج في تغطيته إلا لمحرر واحد كذلك، أما الخبر المركب فهو الخبر المبني على سرد الوقائع، والتصريحات والمعلومات، ويدل على أكثر من واقعة وهو يتطلب عند تغطيته أكثر من مندوب، مثل أخبار الانتخابات البرلمانية أو النقابات العمالية والمهنية..

الفصل الرابع

العناوين

كيفية صياغة وتحرير العناوين الصحفية:

يستمد العنوان الصحفي خصائصه من ظروف نشأته وتطوره، ويرتبط بطبيعة المجتمع الجماهيري الذي ينطوي على كتل بشرية غير متجانسة فيما بينها، ومع تطور صناعة الصحافة أصبحت الحاجة ملحة إلى وجود العناوين لتساعد القارئ على اختيار الموضوعات التي تهمه، وتلبية حاجات القارئ وإشباع رغبته في المعرفة السريعة لطبيعة الأحداث التي تجري من حوله، حيث أن صفة الجاذبية في العنوان تساعد على كسر جمود مادة النص الصحفي المصاحب له العنوان.

وحتى يتحقق للعنوان أهميته يجب الآتي:

١. إبراز أهم حقيقة في الحدث في مضمون العنوان المصاحب للنص.
٢. استخدام الكلمات المألوفة والقصيرة.
٣. تجنب التطويل والبعد عن الألفاظ الغريبة.
٤. تجنب الكلمات الرنانة التي لا تؤدي إلى معنى.

وظائف العناوين الصحفية:

١. تلخيص الخبر.
٢. تقديم أهمية للموضوع المنشور.

٣. الفصل بين النص المصاحب والمواد الأخرى.
٤. إعطاء جاذبية للصحيفة.
٥. يدل على نوعية المادة التحريرية التي يرتفع فوقها.
٦. يفتح شهية القراء إلى القراءة ومتابعتها.
٧. يقدم فكرة سريعة ومركزة للقارئ المتعجل.
٨. يقوم على الترويج والتسويق للصحيفة.
٩. المساهمة في تحديد شخصية الصحيفة.
١٠. يساعد العنوان القارئ على اختيار ما يرغب في قراءته
١١. تؤدي العناوين إلى إثارة الحس الفني للقارئ
١٢. استمالة القراء لقراءة موضوعات معينة.

وظائف العناوين في الإخراج:

١. تحقيق التوازن في بقية العناصر التيبوغرافية كالصور.
٢. المساهمة في بناء الصفحة، وتحديد هيكلها العام.
٣. عنصر جمالي مرتفع الكفاءة.
٤. تحقيق راحة للعين أثناء عملية القراءة.
٥. التباين بين الدرجة الرمادية الباهتة عن طول أعمدة المتن.
٦. المساهمة في خلق شخصية مميزة للصحيفة.
٧. كسر حدة بياض أو سواد الصفحة.

أنواع العناوين التحريرية:

١. العنوان الإخباري.
٢. العنوان المقارن.
٣. العنوان التساؤل.
٤. العنوان الوصفي.
٥. العنوان الطريف.

٦. العنوان النقدي.

٧. العنوان المثل أو الحكمة.

٨. العنوان المقتبس.

١. العنوان الإخباري:

ويعني العنوان الذي يحمل معلومات عن الموضوع المصاحب له ويقدم معلومات جديدة تتصل بالخبر الأساسي بحياد تام.

٢. العنوان المقارن:

ويقوم هذا العنوان على أساس المفاضلة بين الأفكار والآراء وإبراز جوانب التفاصيل، ويعتمد على عنصر المقابلة بين حقيقتين أو أكثر من الحقائق المتصلة بالخبر.

٣. العنوان التساؤل:

ويكون العنوان على شكل سؤال هام ومثير، ويهم الجمهور، ويفضل ألا يزيد العنوان عن سطر واحد.

٤. العنوان الوصفي:

ويقوم على رسم صورة وصفية للموضوع في ذهن القارئ، بحيث تجذبه هذه الصورة لقراءة الموضوع، وهذا العنوان يستخدم الألفاظ القوية التي تدعو القارئ إلى القراءة.

٥. العنوان الطريف:

ويهتم بالجانب الطريف في القصة الخبرية بحيث يثير ذلك اهتمام القراء وجذبهم للقراءة.

٦. العنوان النقدي:

وهو العنوان الذي يتخذ موقف من الأحداث وبالتالي فهو يستخدم بكثرة في الأحاديث الصحفية والمقالات والتحقيقات.

٧. **العنوان المثل أو الحكمة:**

ويكون فحوى العنوان مثل أو حكمة معروفة لدى الجماهير تتفق وطبيعة المضمون الذي يحمله النص الخبري.

٨. **العنوان المقتبس:**

ويكون في المعتاد مقتبساً من تصريح المسؤول أو الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، وقد يتضمن الاقتباس آيات من القرآن الكريم تكون متطابقة مع المضمون الذي يهدف إليه المعنى.

ومن هنا ينبغي عن تحرير العناوين الآتي:

١. الابتعاد عن العناوين السلبية.

٢. عدم الإسراف في العناوين الفرعية.

٣. أن يحمل العنوان سطر مستقل.

٤. البعد عن الألفاظ التي تعطي أكثر من دلالة.

٥. الاستغناء عن التفاصيل غير المهمة.

تحرير العناوين الصحفية:

يرى اتجاه أن سكرتير التحرير أو المخرج الصحفي يجب أن يحرر العناوين وهذا ما تراه المدرسة الأوربية والأمريكية، أما الاتجاه العربي فيرى أن يقوم كاتب المحرر بتحرير عناوينه باعتباره هو الأجدر على استخلاص أهم قيم الخبر، وهناك اتجاه يرى ضرورة ترك العناوين لقسم المراجعة والديسك المركزي، أما الاتجاه الجديد فيرى ضرورة أن يكون هناك محرر متخصص في العناوين مهمته قراءة الموضوعات ووضع عناوين لها وهو في المعتاد نائب رئيس التحرير، ومن هنا فإن مهارات محرري العناوين لا تأتي من فراغ ولكن وليدة تجارب وخبرات طويلة حتى يتمكن من أداء هذه المهمة بنجاح.

الفصل الخامس

التحقيق الصحفي

التحقيق الصحفي واحد من أهم الفنون الصحفية، فهو يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد، حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي، وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر، لذلك يعد المحقق أو الصحفي بقسم التحقيقات من أهم الصحفيين في الجريدة، وحتى يكون الصحفي في هذا القسم لابد وأن يكون ذا خبرة ومراس في مجال الصحافة، حيث يكون قد تعلم وعرف كيف يحصل على الخبر، وكيف يجري الحوارات واللقاءات الصحفية، وكيف يفسر أو يعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها، ليقدم في النهاية تحقيقاً صحفياً يفسر الواقعة أو الحادثة أو القضية موضع التحقيق.

تعريف التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها الموصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة أو القضية أو الفكرة التي يطرحها التحقيق الصحفي.

أي أن التحقيق الصحفي هو فن الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

ولابد أن تكون فكرة التحقيق أو قضيته هامة لأكبر عدد ممكن من الجماهير الذين تستهدفهم، وأن تتم الفكرة بالجدة أو تقدم معالجة جديدة في حالة ما إذا كانت قديمة.

يعد التحقيق الصحفي أحد أهم فنون التحرير الصحفي رغم أنه فن حديث نسبياً في العمل الصحفي، حيث لم يستخدم على نطاق واسع إلا مع مطلع القرن العشرين، حيث كان الطابع الخبري والمقالي هما أساس العمل الصحفي آنذاك.

ويرى فاروق أبو زيد أن التحقيق الصحفي هو "فن يشرح ويفسر ويبحث في الأسباب والعوامل الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الفكرية التي تكمن وراء الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة أو الظاهرة التي يدور حولها التحقيق.

بينما يرى إبراهيم إمام أنه "فن يبدأ من حيث انتهى الخبر، وهو مختلف عن فن الكتابة العادية حيث ينطوي على تحرير صحفي، وفن تصويري، وتبسيط للحقائق مع الاستعانة بالصور الفوتوغرافية أو الرسوم الإيضاحية التي تدعم الموضوع المطروح من خلال التحقيق الصحفي.

أما جلال الدين الحمامصي فيؤكد أن التحقيق الصحفي يستطيع أن يلقي جملة أضواء على المشكلة المعروضة، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به وتتبع قراءته، هذا الشرح أو التعليل هو الذي يجعل للتحقيق صفة الجذب، وهو الذي يكثر من عدد القراء.

ومن هنا فإذا كان الخبر الصحفي يبحث عن سؤال ماذا حدث؟؟ فإن التحقيق الصحفي يبحث عن تساؤل مهم وهو (لماذا حدث ذلك) وبالتالي فهو يبحث في الحدث ويحقق فيه كما يفعل رجال القضاء وضابط الشرطة.

الأسس التي يقوم عليها التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي الجيد على مراعاة الإعداد الجيد لفكرة التحقيق حيث يعد البحث عن فكرة جديدة لتحقيق صحفي مميز أهم ما يصادف المحرر

الصحفي في اجتماعه الصباحي مع رئيس التحرير، وبالتالي يكون البحث دائماً عن الإجابة عن التساؤلات الثلاثة.

(١) من الذي يهمه موضوع التحقيق؟؟

(٢) لماذا يهمه موضوع التحقيق؟؟

(٣) إلى أي مدى يكون اهتمامه بالموضوع؟؟

ورغم أن غالبية المحررين الصحفيين يجتهدون في الخروج بأفكار جديدة تصلح للتناول في تحقيق صحفي جيد، إلا أن البعض قد يفضل طرح موضوعات سبق طرحها وتناولها مرات عديدة ولكن من زوايا ومعالجات مختلفة بطبيعة الحال عن التناول السابق، وبالتالي فإن الإعداد والتخطيط للتحقيق الصحفي أحد العناصر الأساسية في نجاحه والذي يتطلب الآتي:

(١) تحديد مدى صلاحية الفكرة المختارة للتحقيق الصحفي.

(٢) التفكير في الأسلوب الملائم لتحرير التحقيق الصحفي مع الاهتمام بجوانب جذب القراء بما لا يتعارض مع الموضوعية ودقة التناول.

(٣) اختيار المحرر أو مجموعة المحررين لتنفيذ وتحرير التحقيق الصحفي.

(٤) تحديد الزمن المناسب الذي يستغرقه التحقيق حتى يتم نشره.

(٥) الاستفادة من كافة الإمكانات المتاحة بالصحيفة من صور ورسوم وأرشيف ومكتبات حتى يخرج التحقيق الصحفي بشكل متكامل.

ورغم أن البعض من أساتذة الإعلام يرون أن التحقيق الصحفي طراز أدبي يستطيع كاتبه أن يستخدم فيه الأسلوب الإنشائي، والأسلوب الذاتي إلا أن المؤكد أن هذا الفن الصحفي لابد وأن تتوفر فيه سائر الصفات الفنية الصحفية كالحرص على استخدام الألفاظ المألوفة، وتجنب الألفاظ العلمية والاصطلاحات النادرة مع الحذر من الانزلاق في العامية المبتذلة، والبعد عن الحشو والإسهاب، والأمانة في تصوير أبعاد المشكلات.

والتحقيق الصحفي يلبي وظائف الصحافة الأساسية، فهو من ناحية يلبي وظيفة الإعلام، حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء، ومن ناحية أخرى يلبي وظيفة الصحافة في تفسير الأنباء حيث يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها وذلك عن طريق الكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

ويؤكد فاروق أبو زيد أن التحقيق يلبي كذلك وظائف عديدة منها التوجيه والإرشاد وذلك من خلال تناوله للعديد من القضايا والموضوعات التي ترتبط بالمجتمع والبحث عن حلول لها، فضلاً عن وظيفة التسلية والترفيه فهو في بعض جوانبه يقوم بدور في التسلية والإمتاع لما يحدث في الحياة اليومية، بجانب الدور الإعلاني والتسويقي للعديد من السلع والمنتجات فيما يعرف بالتحقيق الإعلاني.

مصادر التحقيق الصحفي:

يقوم التحقيق الصحفي على وجود (قضية- أو مشكلة) يتوصل إليها المحرر الصحفي، أو تعترض طريقه بحكم أنه يعيش في مجتمع تختلط فيه الثقافات والاتجاهات والمستويات وتتعدد فيه الطبقات وبالتالي تكثر المشكلات منها ما يرتبط بالصحة والتعليم والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية، والفنية والسياسية، ولذلك فإن أساس التحقيق الصحفي في البداية هو فكرة أو خاطر أو انطباع أو ملاحظة وتتعدد مصادر التحقيق الصحفي من أخبار الصحف ومقالاتها، إلى الملاحظة الشخصية إلى التجربة الإنسانية المباشرة، وكذلك الأحاديث الصحفية والنشرات والوثائق.

وبالتالي فإن الصحيفة تمثل سجلاً حافلاً بالموضوعات التي يمكن لكاتب التحقيق الصحفي أن يختار منها العديد من الزوايا، فهناك الأحاديث والإعلانات ورسائل القراء وصفحات الوفيات والمجتمع، والدوريات العلمية والمجلات الفنية والمنتديات والندوات والمؤتمرات وفي جميع الأحوال لا يكتفي الصحفي بمجرد اختيار الموضوع المناسب بالنسبة إليه، بل لابد من مراعاة اهتمام القراء بالموضوع

لسياسة الصحيفة أو المجلة، وتوافر مصادر الموضوع من كتب ومطبوعات وبيانات وشخصيات يرجع إليها المحرر لأخذ آرائهم في الموضوع المطروح.

وعلى ذلك يخضع التحقيق الصحفي لأسلوب علمي قائم على جمع المعلومات والتخطيط وتحضير الأسئلة التي توجه للأشخاص غير أن هذا التخطيط في مجموعة لابد وأن يكون مرناً، فالمحرر الصحفي يقوم بدور وكيل النيابة الذي يقوم بالتحقيق في قضية من القضايا والتي تمثل أزمة أو مشكلة يعاني منها جمهور كبير من الناس ويسعى نحو حلها، فهو مطالب عند جمع الحقائق والمعلومات عن موضوع التحقيق بأن يكون ماهراً في إجراء الحديث معهم وأن يتقن فن الاستماع لما تقوله المصادر، فضلاً عن حماسته للموضوع الذي يقوم به، فالتحقيق الصحفي يهدف في مجمله إلى إشاعة الحقائق والمعلومات بين الناس، كما يرمي إلى تفسير هذه المعلومات وتبسيطها.

وأبرز ما في التحقيق الصحفي هو اختيار الموضوع الذي يهم القراء كالاكتشافات العلمية، والأدوية الجديدة، وعلاج الأمراض المزمنة، والخدمات الصحية، والآلات الحديثة، والحاسبات الإلكترونية، والغريب والطريف في الموضوعات المشوقة مثل مقابلة مع ضرير استعاد بصره مرة أخرى؛ أو استعراض لمجموعة أقزام في السيرك.

وإجمالاً فإن الغرض الأساسي من التحقيق الصحفي أياً كان موضوعه هو التفسير الاجتماعي للأحداث، والتفسير النفسي للأشخاص الذين اشتركوا في الأحداث وهو يستطيع أن يلقي جملة أضواء على المشكلة المعروضة، ويزيد من قدرة القراء على الاستمتاع به وتتبع قراءته.

ويمكن للمحرر أن يلتقط أفكار تحقيقاته من خلال هذه المصادر:

- ما تقدمه وسائل الإعلام العامة كالصحافة أو الراديو أو التلفزيون من مواد، وتدخل فيها الإعلانات التي قد تكون مصدر الفكرة أو التحقيق الصحفي

- المشاهدات المختلفة للصحفي، وتجاربه أو تجارب غيره، سواء في بيئته المحلية، أو في الرحلات، أو في مختلف قطاعات أو مؤسسات الدولة.
- المناسبات والأعياد والاحتفالات المختلفة.
- القصص الإنسانية والحالات الغريبة والشاذة.
- الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة.

وبصفة عامة، فإن محرر التحقيقات الصحفية النشيط يمكنه أن يحصل على أفكار موضوعاته من كل ما تقع عليه عيناه، وأفضل التحقيقات الصحفية هو ما كان متصلاً بهموم وقضايا الناس ومشاكلهم.

وظائف التحقيق الصحفي:

يلبي التحقيق الصحفي وظائف الصحافة الأساسية وهي:

١- وظيفة الإعلام: حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.

٢- تفسير الأنباء: يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها، وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالتها السياسية.

٣- التوجيه والإرشاد: وذلك بتصديه لقضايا المجتمع ومشكلاته والبحث لها عن حلول.

٤- التسلية والإمتاع: يركز التحقيق الصحفي في كثير من الأحيان على الجوانب الطريفة والمسلية في الحياة.

٥- الإعلان: يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

أنواع التحقيقات الصحفية:

يستوعب التحقيق الصحفي موضوعات حياة المجتمع بمجالاتها المتنوعة فقد يكون موضوعه إحدى المشكلات أو القضايا العامة التي تهم المجتمع كله أو إحدى طبقاته أو فئاته، وقد يكون حول شخصية علمية أو سياسية أو أدبية، أو فنية أو

اقتصادية، وقد يكون بحثاً علمياً، أو اكتشافاً أو اختراعاً، أو حفلاً أو مهرجاناً أو غير ذلك من الموضوعات التي تمتلئ بها الحياة الاجتماعية في كل يوم وليلة.

يوجد نوعان رئيسيان للتحقيق الصحفي وهما:

أ. التحقيق الصحفي المفصل:

أساس هذا النوع من التحقيقات الكلمة المكتوبة، تساعدها المواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية).

ويعتمد المحرر في تحقيقه هنا على المصادر الحية من خلال لقاءاته مع الأشخاص المرتبطين مباشرة بالقضية أو الفكرة من مسؤولين وجمهور أو مهتمين وباحثين ودارسين، كذلك يمكنه الاعتماد على المصادر غير الحية، فيمكنه الاعتماد مثلاً على قراءة الوثائق والبيانات والإحصاءات المتعلقة بموضوعه، فإنه يستطلع مختلف وجهات النظر المؤيدة والمعارضة.

وهذا النوع من التحقيقات يتناول الموضوع من جميع جوانبه ويغطي كل عناصره، فهو يقدم خلفية عن الموضوع أو القضية، ثم يطرح كل الأسئلة المتعلقة به، ويحاول الحصول على إجابات عنها، بغية الوصول إلى الموضوع، ويتصف مثل هذا النوع من التحقيقات بالموضوعية.

ب. التحقيق الصحفي المصور:

هذا النوع يعتمد على المواد المصورة (الصور الفوتوغرافية) كعنصر أساسي، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملاً مساعداً، أي عكس النوع الأول، لذلك في هذا النوع من المهم جداً الاعتناء بالصور من حيث الوضوح والشمول.

بالإضافة إلى هذين النوعين الرئيسيين من التحقيق الصحفي توجد أنواع أخرى فرعية وهي:

(١) التحقيق المرتبط بالمناسبات:

وهو من النوع الموسمي، حيث أنه يرتبط في موضوعه أو مضمونه بمناسبات معينة تتكرر سنوياً، أو كل عدة سنوات مثل المناسبات الدينية والوطنية والعلمية والأدبية، والمهرجانات الفنية مثل (أعياد الربيع، عيد الاستقلال، المولد النبوي، عيد الأضحى، دخول المدارس والجامعات، استطلاع شهر رمضان، الاحتفال بعيد الفطر المبارك، يوم المعلم، ليلة القدر، يوم الشرطة، يوم القوات المسلحة).

(٢) تحقيق البحث والتحري:

المحرر في هذا النوع أشبه برجل المباحث الذي يتولى مسووليته، في فك الألغاز والبحث عن الأسرار التي تكشف غموض الأحداث، وتهدف إلى الوصول للحقيقة، فهو يشبه إلى حد كبير بالتحقيقات التي تجريها الشرطة عند الكشف عن ملابسات جريمة، أو حادث غامض، وهو يستهدف الكشف عن الحقائق التي لا يعرفها القراء، مثل الكشف عن انحرافات بعض السياسيين بالحكومة، أو الاستيلاء على أموال البنوك، أو نهب المنح الخارجية التي تدعم البنية الأساسية بالقرى والمدن.

(٣) تحقيق الشخصيات:

ويكون الشخص هو محرر هذا التحقيق، حيث يتم تناول جوانب حياة ونشاط شخصية هامة وبارزة، ومشهورة على المستوى القومي أو الدولي وتسليط الضوء على إنجازاته ونشاطاته وعلى هذا يجب أن تكون الشخصية المختارة معروفة للجمهور وتثير اهتمامه فقد تكون هذه الشخصية (سياسية، اجتماعية، اقتصادية، علمية، فنية، أدبية، ثقافية، دينية).

(٤) تحقيق الخلفية:

وهـذه النوعيـة مـن التحقيقـات تقـوم علـى شـرح وتفسير وتحليـل الأحـداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، حيث تقوم بالبحث عما وراء الخبر، والكشف عن ملابسات الأحداث، وهذا النوع من التحقيقات يحتاج إلى معالجة شاملة لمختلف أبعاد المشكلة المطروحة، وقد يحتاج هذا النوع لأكثر من محرر حتى يتم إنجازه في وقت سريع، حيث أن عامل الزمن من أهم العناصر المؤثرة على أهمية مثل هذه النوعية من التحقيقات.

(٥) تحقيق الاستعلام:

يلعب هذا النوع من التحقيق دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام، حيث يهتم بجمع كل التفاصيل المتعلقة بقضية ما تهم الناس ويلقي الضوء عليها من جميع جوانبها.

(٦) تحقيق التسالي والإمتاع:

وهـذا النـوع يلبي حاجـة القـارئ في التسلية والإمتـاع، وهـو يستهدف البعـد بالقراء عن مشاكلهم اليومية لموضوعات من شأنها إضفاء البسمة على الشفاه عن طريق نشر التحقيقات الغريبة والطريفة التي تعتمد على المفارقات الغريبة مثل (زواج شيخ مسجد بأمريكا من راهبة في نيوجرسي، عقد قران تحت مياه المحيط الأطلنطي، العثور على جثمان آخر لرمسيس الثاني بسوق المطرية، فتاة في العشرين من عمرها تضع (٦) أطفال مكتملي النمو.

(٧) تحقيق الوقع:

وهـذا النـوع لا يكتفي بوصف الوقائع أو الظواهر أو المشاكل، وكيـف وقعت، ولكنه يهتم بتطور الأحداث، وما يمكن أن تسفر عنه في المستقبل.

ويستهدف هذا النوع من التحقيقات مساعدة القارئ على فهم تفاصيل الأحداث وماذا جرى فيها، ومساعدة القارئ في معرفة كيف تتطور الأحداث وإلى أي مدى تنتهي مثل: مماطلة الحكومة في محاسبة ممدوح إسماعيل صاحب عبارة الموت، وهل يتم صرف التعويضات لأهالي الضحايا؟؟

(٨) تحقيق الهروب:

وهو من أخطر أنواع التحقيقات إذا ما تم استغلاله لإلهاء الناس وإبعادهم عن التفكير في مشاكلهم أو قضاياهم فهو يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية، ويهرب به عن اهتماماته السياسية ليقدم له الجوانب الطريفة والمسلية والممتعة في الحياة مثل الرحلات والأحداث الغريبة، والموضوعات التي تدور عن نجوم الفن والمجتمع.

(٩) التحقيقات المتخصصة:

وهي تلك التحقيقات التي ترتبط بالأنشطة المختلفة التي تحدث داخل المؤسسات والهيئات الرسمية وغير الرسمية مثل الأنشطة العلمية بالجامعات ومراكز البحوث، والاكتشافات العلمية والمهرجانات الفنية، والندوات المؤتمرات، ومتابعة البورصات، ارتفاع أسعار العملات مع خفض للذهب والفضة.

ورغم تعدد تقسيمات التحقيقات الصحفية يرى الدكتور إبراهيم إمام أن التحقيقات الصحفية تتداخل تداخلاً يجمع بين أهدافها وفنونها ولذلك فإن الخيط الفاصل بينها خيط وهمي رفيع، فكثيراً ما نجد التحقيق الصحفي إعلامياً، ومشوقاً وإعلانياً وإخبارياً في وقت واحد.

القوالب الفنية للتحقيق الصحفي:

يضم التحقيق الصحفي عدداً من القوالب الفنية عند صياغته وهي إجمالاً:

(١) قالب العرض Exposition.

(٢) قالب القصة on Narration

(٤) قالب الحديث Inter view

(٥) قالب الاعتراف Confession

(١) قالب العرض:

وفيه يقوم المحرر بعرض القضية أو المشكلة التي يتناولها بشكل موضوعي من خلال مقدمة تثير اهتمام القراء بالموضوع، ثم سرد زوايا الموضوع في جسم التحقيق، وتقوم الخاتمة على تلخيص ما انتهى إليه المحرر من آراء وتصورات حول القضية أو المشكلة المطروحة، وقد تأتي الخاتمة صورة من صور التأييد أو الرفض لرأي من الآراء التي جاءت ضمن جسم التحقيق، وقد يتبنى اتجاهاً جديداً وإن كان من الضروري على المحرر الصحفي وفق هذا القالب ألا يتعارض مع ما أكدت عليه غالبية الآراء والشواهد التي جاءت في جسم التحقيق.

(٢) قالب القصة:

وفيه يقوم المحرر الصحفي بعرض القضية أو المشكلة في شكل قصة يقوم بسرد تفاصيلها بصورة مشوقة، ورغم أن البعض من أساتذة الإعلام اتفاقها مع القصة الأدبية، إلا أن الفارق قائم على أن الأعمال الأدبية كثيراً ما تميل إلى الخيال والبعد عن الحقائق بينما التحقيقات القائمة على هذا القالب وإن كانت تتفق على ضرورة السرد القصصي للقضية أو المشكلة ولكن بمعلومات حقيقية وسرد واقعي لما حدث بالفعل، مثل التحقيقات المرتبطة بالحوادث والجرائم الغامضة، أو "انهيار عمارة جديدة بها ثماني عرسان" "غرق عبارة"، انهيار مبنى تجاري، غرق باخرة، حيث يبدأ القالب بمقدمة تتناول البداية والنشأة ثم يأتي جسم التحقيق متضمناً الأحداث والصراعات التي تواجه أبطال القصة وهي تمثل العقدة ثم نهاية القصة والخاتمة التي تأتي بأهم قيمة في الحدث نفسه حيث يبنى التحقيق على الهرم المعتدل.

(٣) قالب الوصف:

ويقوم التحقيق هنا على مقدمة تقوم على وصف الحدث أو المشكلة وتأكيد أهميتها وإلى أي مدى تكون الضرورة الملحة لوجود حلول لها، ثم يأتي

جسم التحقيق بتفاصيل عن المشكلة وعناصرها ثم خاتمة تبرز أهم النتائج وخلاصة الآراء والاتجاهات التي جاءت في إطار جسم التحقيق، مع إبراز الملامح الرئيسية للشخصية أو المكان موضوع التحقيق الصحفي، ويعد وصف الرحلات والبلاد والأحداث الضخمة أشهر التحقيقات الصحفية التي تدخل في إطار هذا القالب.

(٤) قالب الاعتراف:

ويقوم هذا النوع من التحقيقات على اعترافات من المسؤولين أو من العناصر المشاركة في الحدث بما حدث بالضبط، وتأتي المقدمة بجزء من الاعترافات التي تأتي ضمن الواقعة أو الحادثة، ثم التفاصيل بمزيد من الاعترافات والكشف عن الخلفية والعوامل التي أدت إلى الحدث ثم تأتي خاتمة التحقيق بخلاصة ما تم التوصل إليه من التحقيق الصحفي، مع ضرورة نقل الألفاظ والتعبيرات كما جاءت في الاعتراف كما هي دون تأويل.

(٥) قالب الحديث:

وفيه يقوم بعرض وجهات نظر أطراف الحدث، ثم التناول التفصيلي لما حدث مع وجهات النظر المعارضة، وبعد ذلك تأتي التفاصيل داخل جسم التحقيق ثم خلاصة المشكلة أو القضية محل التحقيق الصحفي، وهو يقوم على نشر الأسئلة والأجوبة دون تحريف، وقد يكون بهدف اخذ رأي، أو تحديد اتجاه شخصية من الشخصيات، أو أحاديث بهدف التسلية والإمتاع.

إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي:

تشمل مرحلة إعداد وتنفيذ التحقيق الصحفي ثلاث خطوات وهي:

١- اختيار فكرة التحقيق:

إن بداية التحقيق الصحفي تبدأ فكرة في عقل المحرر حين يرى أنها تهم عدداً كبيراً من الجمهور، ويرى أن هذه الفكرة تحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير،

أو إلى كشف الغموض الذي يحيط بها، ويزيد من أهمية هذه الفكرة أن تكون مرتبطة بالأحداث الجارية وبالقضايا التي تشغل المجتمع، ولكن لا يعني ذلك أن فكرة مرتبطة بحدث قديم يمكن أن تكشف عن جوانب جديدة فيه لا تصلح لأن تكون موضوع تحقيق صحفي، فالتحقيقي يمكن أن يتناول واقعة قديمة بشرط تقديم زوايا جديدة.

والحصول على فكرة التحقيق هو أصعب خطوة يمكن أن تواجه المحرر في إعداد وتنفيذ تحقيقه، ويتطلب ذلك منه أن يكون يقظاً متابعاً لكل ما يجري من حوله في المجتمع من أحداث، وأن يكون متخصصاً في فرع بعينه، لأن التخصص يجعله يعرف كل شيء عن تخصصه، لذا يمكن أن يبدع ويبتكر فيه ويلاحق كل تطور يحدث في مجاله.

ولأهمية هذه الخطوة، نجد أن الصحف اليومية تعقد اجتماعات كل يوم لقسم التحقيقات لعرض الأفكار والاقتراحات التي تحتاج التحقيق عنها، وهذا يتطلب قراءة دقيقة ومتأنية للصحف بجميع أبوابها وتخصصاتها فهي المصدر الأول للأفكار.

ومن الطبيعي أن لا يحضر الاجتماع كمحرر دون أن تكون لديه أفكاراً لعرضها للمناقشة، فمن الجميل أن تكون الفكرة نابعة من ذاته، ولا يعتمد على رئيس قسمه أو زملاءه في إعطاءه الفكرة.

وعليه قبل أن يطرح فكرة التحقيق، أن يدرس هذه الفكرة جيداً ويتأكد من جديتها، وأنها لم تعالج من قبل، لأنه إذا لم يفعل ذلك، وعرض فكرة سبق معالجتها، دل على أنه غير مطلع وغير متابع لما ينشر في الصحف الأخرى.

٢- جمع المادة الأولية للتحقيق:

المادة الأولية للتحقيق هي التي تعتبر خليفة معلوماتية للتحقيق، وتساعده كمحرر على بلورة فكرته، ويمكنه الحصول على هذه المعلومات من جهتين

أ- أرشيف المعلومات الصحفية.

ب- المكتبة.

٣- تنفيذ التحقيق الصحفي:

هذه الخطوة هي التي تمنح التحقيق حياته، فالخطوة السابقة تقدم معلومات جامدة، أما الخطوات الحقيقية فهي بداية الحصول على المعلومات الحية من المصادر المختلفة والتي تتمثل في الشخصيات المرتبطة بموضوع التحقيق من قريب أو من بعيد، وللحصول على هذه المعلومات لابد من عمل لقاءات مع الشخصيات المختلفة الذين يمكنهم إعطاء معلومات هامة عن الموضوع، سواء من المسؤولين أو من الجمهور المرتبط بالقضية أو المشكلة.

وهذه الخطوة تتطلب من المحرر أن يكون عارفاً لقواعد وخطوات إجراء المقابلة أو الحديث الصحفي التي سبق وتحدثنا عنها بالتفصيل.

والمعلومات الحية لا تؤخذ فقط من الشخصيات، ولكن يمكن الحصول عليها أيضاً من خلال الوثائق والبيانات والأرقام أو التقارير الجديدة حول الموضوع، والتي لم يسبق نشرها.

وبعد أن يحصل المحرر على المعلومات التي تمثل إجابة على الأسئلة أو الاستفسارات المتعلقة بالموضوع، يبدأ في ترتيبها وقراءتها جيداً، ثم يشرع في كتابة التحقيق من خلال مقدمة تبين أهمية الموضوع أو تبرز أهم ما فيه أو يلخص وقائعه، ثم جسم التحقيق ويشمل تفاصيله المختلفة، ثم الخاتمة التي يطرح فيها الحل أو يلخص أهم الآراء الواردة في التحقيق.

وفي النهاية يضع العناوين المناسبة، سواء العنوان الرئيسي أو العناوين المساعدة أو العناوين الفرعية.

كتابة التحقيق الصحفي:

بعد أن أكملنا كل المراحل السابقة للكتابة بشكل جيد، تأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة كتابة التحقيق الصحفي وتوجد ثلاثة قوالب فنية لكتابته تقوم جميعها على أساس البناء الفني للهرم المعتدل، أي أن كل قالب لابد وأن يتكون من ثلاث أجزاء هي المقدمة، الجسم، الخاتمة. وهذه القوالب هي:

١ – قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:

في هذا القالب يعرض المحرر القضية أو المشكلة التي يتناولها تحقيقه بشكل موضوعي من خلال مقدمة يجب أن يحرص فيها على إثارة اهتمام القراء بالموضوع.

وهذه المقدمة يمكن أن تأخذ عدة أشكال، منها قيام المحرر بالتركيز على الزاوية الأساسية لموضوع التحقيق في حين يعرض كل زاوية من هذه الزوايا بالتفصيل في جسم التحقيق، أما الخاتمة فيضع فيها خلاصة النتائج التي توصل إليها.

وهناك أيضاً المقدمة القصصية التي تستهدف إثارة عواطف القارئ وتعاطفه مع موضوع التحقيق.

وأبرز الأشكال التي يأخذها هذا القالب في كتابة التحقيق الصحفي يقوم على طرحه لمجموعة من الأسئلة التي تثير اهتمام القارئ بالموضوع، ثم يقوم بعد ذلك بالإجابة عن كل سؤال أو تساؤل منها في جسم التحقيق من خلال عرضه المعلومات والوقائع والبيانات التي حصل عليها، وكذلك من خلال عرضه للمقابلات الصحفية التي أجراها مع الشخصيات التي ترتبط بالموضوع، ثم أيضاً من خلال البيانات والمعلومات التي جمعها عن الموضوع من أرشيف المعلومات في الصحيفة أو من المكتبة.

أما خاتمة هذا التحقيق فهي تقدم خلاصة مختصرة للنتيجة أو النتائج التي توصل إليها.

أساسيات التحقيق:

بمجرد أن تضيء فكرة التحقيق فجأةً أمامك، حضور بلا مقدمات.. عليك باستقبالها وتحديدها في عبارة موجزة، احذر الإهمال أو تأجيل الالتفات إليها أياً كان مستوى (الفكرة) إلى أن تتأكد من تثبيتها في عبارة محددة، ومن هنا تبدأ الحكاية..

حيث تنطلق لتنفيذ (تحقيقك الخاص) عبر الكثير من الطرق والوسائل، ومن أهمها هذه الأساسيات الثلاث التي جمعتها عن طريق التجربة الميدانية، وأثبتت بالدليل العملي نجاحها وفعاليتها..

أولاً: التفرغ التام لتحليل الفكرة وجدولتها حسب الأولوية:

- لماذا حددت طرح هذا الموضوع.. ولمن سيوجه تحديداً.. وما الهدف الصحفي ثم الشخصي والاجتماعي من طرحه؟
- بمن تبدأ ميدانياً: أشخاص لهم ارتباط مباشر، أشخاص محايدين، شخص معين (حدد الاسم) ؟
- ما هي أفضل الأساليب (القوالب) لمعالجة هذا الموضوع.. الأسلوب الساخر الفكاهي، الأسلوب الجاد والمحايد، الأسلوب العلمي والإحصائي..أسلوب الإثارة والرفض، (والحذر كل الحذر من أساليب سرد الآراء والأقوال كما تأتي من المتحدثين دون إعطائها شكلاً ولوناً (وقالباً) ملائماً لموضوع الحديث وللنهج الصحفي المتبع).
- تخيل الصور.. وكيفية صياغتها.. صورة البداية المسماة بـ (صورة الفتح) . صور الأشخاص المشاركين- فردية وجماعية- .. صور الأماكن والمناظر المصاحبة للتحقيق.. مدى إمكانية الاستعانة بالرسومات والكاريكاتير والصور التعبيرية..

- تجهيز مجموعة من النقاط والأسئلة المهمة لضرورة اللجوء إليها: في افتتاح النقاش.. أو نقله حسب الطرف المقابل من حالة إلى حالة.. أو تغيير مسار المناقشة إلى أكثر من جهة.. أو إنهاء الحوار إذا لزم.
- بعد التأكد من جاهزية ما يلزم لبداية متقنة حدد المكان والزمان، والأولوية هنا للأماكن العامة حسب نوعية التحقيق: أسواق، متنزهات، شوارع، مقاهي، مؤسسات حكومية غير ذلك.

ثانياً: في الموعد المحدد.. وبعد التأكد من آلة التسجيل والكاميرا والأوراق المساعدة.. وبعد الثقة بكل شيء: بإمكانياتك الصحفية.. وبجدوى الموضوع وحداثته.. وباختيار الموعد المناسب والمكان الأنسب.. وبالنفسية الهادئة والمزاج الحيوي النشط.. تحرك إلى ميدان العمل بكل طمأنينة وثبات.

- اختيار الضيوف بـ طريقة "التحديد العشوائي" بمعنى.. أن تختار ضيوفك عشوائياً بلا سابق معرفة أو موعد مسبق مع الضيف.. وبلا رغبات أو ميول خارجية، شرط أن تكون شخصية الضيف متلائمة تماماً مع الموضوع المحدد للتحقيق.
- بداية الحديث دائماً بالتعارف السريع بينك وبين الضيف، هنا يجب عليك الالتزام بالبساطة والجدّية ومحاولة كسب ثقة الضيف مع أول كلمة..
- طرح فكرة التحقيق بإيجاز وشمول.. مع توضيح الهدف من تناول القضية ليطمئن الضيف إلى ما تنوي الوصول إليه تجاه القضية ومدى أهميتها.. واللجوء لتعداد بعض الآراء المتناقضة حول القضية - حتى وإن كانت مفبركة - وذلك لجذب الضيف نحو الدخول والتداخل بحماس وتحفيزه على إضافة رأيه الخاص.

أثناء الحديث تلتزم التوازن بين الإنصات باهتمام.. وبين المقاطعة المنظمة.. هنا تبرز الفوارق الفردية لكل صحفي حسب موهبته وإمكاناته الخاصة.

- مع كل ضيف يلي الأول تسهل مهمة التعارف السريع.. والإغراء بالتفاعل أو التحفيز للمشاركة.. ولا مانع من إيراد مقاطع لحديث الضيف السابق.. علك تتمكن من الخروج برأي مناقض يؤدي إلى إشعال التحقيق.

في كل قضية تناقشها يجب أن تتنوع طريقة النقاش بين الحوارات الفردية والجماعية وكلٌ له إيجابياته الخاصة.

- في النقاشات الجماعية لابد من التعامل مع الجميع على درجة متقاربة من الاهتمام.. إلا في حالات استثنائية مع الشخص الاستثنائي فقط.
- أخيراً تذكر أن الكاميرا هي أقوى وسيلة لإغراء وجذب المشاركين فلا تستغن عنها في أي مكان ومع أي شخص.

ثالثاً: تفريغ الشريط كما هو بالترتيب المناسب لك.. بكل ما فيه من أحاديث وأحداث تفريغاً كاملاً بلا نقص.

- إعداد نموذج سيناريو مناسب لدمج الآراء والأحاديث المهمة والفاعلة.. في مساحة واحدة.. وعلى مائدة نقاش واحدة.. مثل: سيناريو العناوين الفرعية.. (لكل فقرة عنوان فرعي مناسب) وذلك لتشكيل مشهد متكامل من الكلمات والصور، وللبعد عن الإطالة التي تصيب القارئ بالملل.
- الاهتمام البالغ بالمونتاج (إعادة الصياغة).. حذف مالا يجب.. وإبقاء ما يلزم.. للخروج بنتيجة عالية القيمة والتركيز.
- اختيار العناوين والمانشيتات بكل دقة.. على اعتبار التوافق والتكامل بين الإثارة والمصداقية، وبين الغموض البسيط والدلالة الواضحة.. لضمان جذب القارئ من المنطقة السليمة (الشك والفضول).
- وضع الرؤية الإخراجية المتناسقة مع التحقيق وأجواء الموضوع.

بهذه الأساسيات الموجزة يمكنك أن تنجز تحقيقك الخاص بعيداً عن الأساليب المدرسية الثابتة، وثق تماماً أنك ستنجح وتتميز.

قواعد وأسس تحرير التحقيق الصحفي:

(١) ضرورة العناية بالعناوين المصاحبة للتحقيق ومراجعتها من قبل المحرر أكثر من مرة للتأكد من أنها جاءت متضمنة لكل جوانب أو بعض جوانب المشكلة من عدمه، بما في ذلك العناوين الفرعية التي تشير إلى تسلسل أفكار وتتابعها، ومن أبرز العناوين المستخدمة في التحقيقات الصحفية (العنوان الوصفي، العنوان الخطابي، العنوان الاستفهامي، العنوان المقارنة، العنوان الاقتباسي، العنوان الدلالة...)، ومهما كان نوع العنوان فإنه يجب أن يتصف بالإيجاز والوضوح والسهولة، بجانب التعبير بصدق عن مضمون التحقيق، مع اختيار الجوانب الطريفة والجذابة دون مبالغة.

وتجدر الإشارة كذلك عند صياغة عنوان التحقيق عدم تكراره لفظاً أو معناً، حيث أن ذلك يوحي بإفلاس الكاتب في استخراج عناوين جديدة من الموضوع الذي كتبه.

(٢) الالتزام بالمقدمات المناسبة: فبعد العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية تأتي المقدمة، وهي المدخل الطبيعي للموضوع، بجانب أنها تستحوذ على اهتمام القارئ وتقوده إلى صلب التحقيق. وعلى هذا كانت الضرورة ملحة على صياغة المقدمة بصورة جيدة يتم خلالها تسليط الضوء على جوهر القضية أو المشكلة التي يتم تناولها في التحقيق وتعمل المقدمة على الربط بين العنوان وصلب التحقيق، كما أنها تثير الانتباه وتغري بالقراءة، ولذلك فإنه يراعى فيها الوضوح والجاذبية وتجنب التفاصيل التي لا داعي لها في المقدمة.

(٣) تفاصيل التحقيق: وهي تتضمن صلب التحقيق وعرض جوانب القضية أو المشكلة التي يقوم عليها التحقيق، وذلك في فقرات مترابطة دون تهويل حيث يأتي ذلك وفق براعة المحرر الصحفي ومقدرته على البحث والتعمق في فهم أبعاد القضية التي يدور حولها التحقيق، ويرتبط ذلك كله بما يتوافر لدى

المحرر الصحفي من حس صحفي وخبرة مهنية تختلف وتتباين من محرر صحفي إلى آخر.

(٤) خاتمة التحقيق: ويشترط في الخاتمة أن تكون قوية وواضحة، وهي تعد النتائج والخلاصة التي توصل إليها المحرر الصحفي من تحقيقه، ولذلك فهي كثيراً ما ترتبط بالمقدمة وتكون صدى لها.

(٥) المواد المصورة: ويلزم عند تناول التحقيق الصحفي أن تكون هناك الصور والرسوم حيث تعطي هذه المواد الجاذبية للتحقيق بشرط أن تكون الصور مناسبة ومعبرة عن المضمون الذي يتم تناوله في التحقيق.

الفصل السادس

الحوارات الصحفية

طرق الإعداد وصياغة الأحاديث والحوارات الصحفي:

الحديث الصحفي أو الحوار الصحفي "inter view" يقوم على الحوار بين المحرر الصحفي وشخصيته من الشخصيات وهو يستهدف الحصول على أخبار أو معلومات أو بيانات، أو شرح وجهة نظر معينة، أو إبراز جوانب طريفة في حياة بعض الشخصيات المشهورة من نجوم المجتمع، والحديث الصحفي قد يتم إجراؤه مع شخص واحد فقط، وقد يجري مع عدة أشخاص كما هو الحال في الاستفتاءات الصحفية.

وقد عرفت الصحافة الحديث الصحفي مع مطلع القرن التاسع عشر بيد أنه لم يستخدم بشكل عام كفن من الفنون الصحفية إلا مع بداية القرن العشرين، ثم أخذت مكانه في تزايد حتى أصبح واحداً من فنون العمل الصحفي التي لا تستطيع الصحافة أن تقوم بدونه.

ويرى عبد العزيز الغنام أن الحديث الصحفي هو (موعد يطلبه المحرر الصحفي للحصول من شخصية مهمة على بعض التصريحات أو المعلومات التي تهم الرأي العام).

أما أسماء حافظ فترى أنه "نمط أو شكل للتغطية التحريرية تتوسل به الصحافة بناء على المقابلة أو الحوار بين المحرر- أو أكثر- وإحدى الشخصيات للحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو استعراض وجهة نظر أو رأي ما في قضية أو موضوع يهم القراء.

أنواع الأحاديث الصحفية:-

تتعدد وتتباين الأحاديث الصحفية فهناك ما يرتبط بالمعلومات والأخبار والرأي وأنواع أخرى عديدة أهمها:

(١) حديث الخبر.

(٢) حديث المعلومات.

(٣) حديث المؤتمرات والمنتديات.

(٤) حديث الجماعات.

(٥) الحديث الرسمي.

(٦) الحديث غير الرسمي.

ويتم ذلك من خلال قوالب عديدة منها:

(١) حديث مباشر (المقابلة).

(٢) حديث التليفون.

(٣) حديث الانترنت.

(٤) المؤتمر الصحفي.

ويشتمل الإعداد للحديث الجوانب التالية:

(١) اختيار شخصية المتحدث وموضوع الحديث.

(٢) جمع المعلومات والبيانات عن موضوع الحديث.

(٣) إعداد الأسئلة التي تتفق والموضوع والشخصية التي يجرى معها الحديث.

الخبر الصحفي والحديث الصحفي:

يرى البعض أن هناك تشابهاً بين هذين النوعين من فنون العمل الصحفي في أن كلٍ منهما يحمل طابعاً خبرياً، وأن الاختلاف بين النمطين يأتي من خلال الخبر الصحفي يقدم ماذا حدث؟؟ أو القصة الخبرية، أما الحديث الصحفي فمع أنه يحمل المعنى الخبري، إلا أنه يمتاز في أنه يبحث فيما وراء الحدث أو فيما وراء الخبر. (لماذا حدث؟؟)

أنواع الأحاديث الصحفية:

(١) الحديث الإخباري:

وهو يقوم على طابع خبري والحصول على المعلومات المتعلقة بالخبر ذاته، وليست الآراء والاتجاهات والتصريحات على مختلف أنواعها، ويلزم عند قيام المحرر الصحفي بإجراء هذه النوعية من الأحاديث تحري الدقة والموضوعية في النقل من ناحية، واختيار الشخصية المناسبة التي يتم إجراء الحوار معها، فالخبر الذي يؤكد ضرورة عدم الاقتراب من لحوم الدجاج وأنواع الطيور المختلفة يستلزم إجراء حديث صحفي مع متخصص في أمراض الدواجن حتى يتم الحصول على المعلومات الصحيحة من مصادرها وخاصة إذا كان الموضوع محل اهتمام الجمهور.

(٢) حديث الرأي:

وهذا النوع من الأحاديث يكاد يختلف بعض الشيء عن الحديث الإخباري حيث يقوم هذا النوع باستعراض وجهات نظر لشخصيات ما في قضايا أو قضية تهم القراء.

مثال ذلك إجراء حديث مع رئيس جامعة المنصورة حول الهدف من إقامة أسبوع شباب الجامعات العربية الأول بالمنصورة في فبراير ٢٠٠٦ أو حديث مع أستاذ بكلية صيدلة المنصورة حول اكتشاف عقار جديد لعلاج الكبد الوبائي، وسرطان الثدي مستخلص من مجموعة من الأعشاب الطبية، أو حوار مع مفكر أو سياسي أو أديب أو مخترع، أو فيلسوف، أو شاعر أو شخصية صحفية وإعلامية مرموقة، أو فنان أو لاعب كرة قدم مشهور حيث يقوم هذا النوع من الأحاديث على الاهتمام بآراء الشخص الذي يجرى معه الحديث الصحفي أكثر من الاهتمام بشخصه، وبالتالي فقد يتضمن الحديث آراء بعضها قد يتفق مع البعض الآخر، والبعض قد يأتي مختلفاً، بما يعني أن هناك الرأي، والرأي الآخر.

(٣) حديث التسلية والترفيه:

وهو يقوم على إمتاع وترفيه القراء، حيث يبحث المحرر الصحفي عند إجراء هذه النوعية من الأحاديث عن الجوانب الطريفة في حياة الشخصية محل الحوار.

فقد تأتي نشأة المطرب أو الفنان، أو اللاعب، أو النجم هو محل اهتمام المحرر الصحفي ثم حياته اليومية، وأعماله، ماذا يحب، وكيف كان في شبابه وطفولته، وصداقاته وعلاقاته ورحلاته، وأيام سعادته وآلامه، وعلى هذا فقد تأتي الأهمية هنا من خلال شخصية الذي يجرى معه الحوار وليس مضمون ما يقوله في حواره، وإنما المواقف والأحداث التي تضفي على القراء نوعاً من البهجة والسعادة والسرور والفرح، بما يعني تحقيق التسلية والإمتاع.

(٤) حديث الإرشاد والتوجيه:

ولا يهدف هذا النوع من الأحاديث الصحفية التسلية أو الترفيه عن القراء، وإنما تحقيق مبدأ الوعي الاجتماعي بالعديد من السلوكيات التي تضر بالفرد والمجتمع والتحذير من التمادي فيها، مثل تعاطي الخمور، وأضرار التدخين، والعلاقات غير الشرعية، أو الحث على الإدلاء بالصوت الانتخابي ومشاركة المرأة في العملية الانتخابية، حيث يهدف هذا النوع من الأحاديث اتخاذ موقف إيجابي تجاه القضايا المهمة التي يمر بها المجتمع.

أشكال الأحاديث الصحفية:

تتعدد الأشكال التي تأتي الأحاديث الصحفية عليها، حيث قد يأتي الحوار المباشر بين المحرر الصحفي والمسؤول، وقد يأتي عبر الهاتف أو شبكة الإنترنت، أو من خلال ندوة أو مؤتمر صحفي، إلى غير ذلك.

(١) الحديث المباشر:

وفيه يقوم المحرر الصحفي بالاتصال أو المقابلة المباشرة مع الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، ويتم إزاء ذلك تحديد المكان والزمان الذي يتم إجراء الحوار فيه والمدة الزمنية التي يستغرقها، وبعد ذلك يقوم المحرر الصحفي بإعداد الأسئلة التي تتفق مع علم وفكر واتجاهات الشخصية محل الحوار ويتم ترتيبها بشكل منطقي، ويعد هذا النوع هو الأصل السائد عند إجراء الأحاديث الصحفية المباشرة، وعلى هذا يجب أن يلتزم المحرر الصحفي بالوقت المحدد له في البداية، وعدم إعطاء

الفرصة للشخصية في الإسهاب المفرط في الحديث، فضلاً عن ضرورة أن يكون المحرر على علم تام بالشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، وطبيعة الموضوع الذي يناقشه معه في الحوار.

(٢) الحديث بالبريد:

وهذا النوع من الأحاديث الصحفية أصبح نادر الوجود في العمل الصحفي وخاصة بعد ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، أما في السابق ونظراً لبعد المسافة بين المحرر والشخصية التي يجري معها الحوار كان يتم إرسال الأسئلة (موضوع الحوار) بالبريد ثم الإجابة عنها وإرسالها بالبريد على مقر الصحيفة، وبعد ذلك يتم وضع العناوين وتوفير الصور المناسبة ليتم نشر الحوار الصحفي، إلا أن هذا النوع من الأحاديث كان من عيوبه التأخر في الإجابة عن أسئلة المحرر الصحفي، وأن العمل الصحفي يحتاج إلى عامل السرعة بما يحقق الانفراد والتميز بين صحيفة وأخرى.

(٣) أحاديث التليفون:

ويأتي هذا النوع من الأحاديث الصحفية عبر الهاتف (التليفون) حيث يقتضي العمل الصحفي سرعة إجراء الحوار من ناحية، وعدم إمكانية تحديد ميعاد سابق لإجراء الحديث مع الشخصية محل الحوار، حيث يتبادل المحرر الصحفي والشخصية الأسئلة والأجوبة عبر الهاتف، ثم يقوم المحرر في النهاية باختيار العناوين المناسبة لأهم القيم الخبرية التي جاءت بالحوار ثم صورة شخصية أرشيفية للشخصية التي تم إجراء الحوار معها.

(٤) حديث المؤتمرات:

وحديث المؤتمرات والندوات نوع أو شكل من أشكال الحديث الصحفي المهمة حيث تتبلور أهم مقوماته في أن مادته نتاج حوار يجرى بين مجموعة من الصحفيين والشخصية التي دعت لعقد المؤتمر، وبالتالي فحديث المؤتمرات ليس

قاصراً على صحفي بذاته، بل الحديث يكون متاحاً لكل الصحفيين، الكل يختار ما يتماشى مع سياسة صحيفته التي تحكم عملية النشر، أما الندوات فهي تأتي تلخيصاً لمجموعة من الآراء والبحوث يتم مناقشتها داخل الندوة، ويحضرها عدد كبير من الصحفيين وبالتالي تتعدد آراء واتجاهات المشاركين في الندوة

(٥) حديث الجماعة:

ويضم أكثر من شخصية لهم اهتمامات مشتركة، أو اهتمامات متعددة وقد يمثلون فئة معينة من الناس، وقد تتعدد الفئات المشاركة في الحوار مثال ذلك حديث مع مجموعة من الخبراء والمتخصصين ورجال الدين في قضية مثل تأجير الرحم، أو الاستنساخ البشري.

ويلزم المحرر الصحفي إزاء ذلك أن يقوم بتعريف الشخصية صاحبة الرأي بالصورة الأمثل، والعمل الذي يقوم به داخل المجتمع ثم عرض رأيه بجانب الآراء الأخرى التي تناولت القضية محل الحوار، بحيث تعطى الفرصة الكاملة للقراء للحكم على آراء المتحدثين

(٦) حوار الإنترنت:

نظراً للتقنية الحديثة في مجال الاتصالات والمعلومات أصبح من السهل على المحرر الصحفي أن يقوم بإجراء حوار كامل لساعات ممتدة مع شخصية داخل أو خارج البلاد بالصوت والصورة عبر المحادثة من خلال شبكة الإنترنت، وقد يحصل عليه مكتوباً أو مسجلاً، أو مصوراً، وبالتالي تتنافس وسائل الإعلام عموماً نحو الاستفادة من هذه التقنية الحديثة في تحقيق الانفرادات الصحفية التي قد تغيب عن الوسائل الأخرى

وجملاً ليس هناك من أفضلية بين هذه الأنواع المختلفة من أشكال الحوارات الصحفية، فالبعض يفضل الحوارات المباشرة، والبعض الآخر يفضل الحوارات المكتوبة والواردة عبر البريد، أو يفضل عنصر السرعة في الحصول على المعلومات عبر الهاتف المحمول وشبكة المعلومات الدولية أو ما يعرف بالإنترنت

طرق الإعداد للحديث الصحفي:

تتجه الصحف على مختلف اتجاهاتها إلى نشر المزيد من الحوارات الصحفية باعتبارها أسلوب نشر ونمط محبب إلى القراء، حيث ينطوي على مادة تحريرية تدفع القراء إلى متابعتها، حيث تتعدد الشخصيات التي يتم إجراء الحوارات معها من ناحية، وطبيعة الأفكار والآراء المطروحة من ناحية أخرى.

وحتى يتم إجراء الحوار الصحفي بصورة جيدة، يتطلب ذلك الوقوف عند بعض النقاط المهمة في ذلك وهي:

أ- اختيار الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

ب- اختيار القضية أو الموضوع محل الحوار.

ج- جمع المعلومات الكافية عن موضوع الحوار.

د- إعداد الأسئلة المناسبة والتي تغطي جوانب موضوع الحوار.

هـ- الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد لإجراء الحوار.

أ- اختيار الشخصية:

حيث يتطلب ذلك أن تكون شخصية المتحدث قادرة على الخوض في موضوع الحوار وتكون من الخبراء أو المتخصصين أو المهتمين به، وبالتالي فلا يعقل أن تكون الآراء لشخصية متخصصة في علوم الفضاء، وموضوع الحوار يتحدث عن أمراض الدواجن ومن هنا فإن نجاح الحوار يتوقف على اختيار الشخص المناسب التي تتحدث في القضية المناسبة والتي تهم غالبية القراء.

ب- اختيار الموضوع:

الثابت أن هناك العديد من القضايا والموضوعات قد يأتي تناولها دون فائدة وأن هناك قضايا وموضوعات تحتاج إلى حوارات صحفية وآراء من أجل نقل الصورة الحقيقة للقراء.

ج- جمع المعلومات:

وفيها يقوم المحرر الصحفي بإعداد المعلومات اللازمة عن موضوع الحوار والشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، فمن حيث موضوع الحوار قد يقوم المحرر باللجوء إلى مراكز المعلومات بالصحيفة (المكتبة- الأرشيف) لجمع مادته ثم التجول على شبكة الإنترنت ما تم كتابته عن موضوع حواره.

ومن ناحية أخرى يقوم المحرر الصحفي بالبحث عن بعض الجوانب المهمة في شخصية الذي يتم إجراء الحوار معه مثل اهتماماته، كتبه، أبحاثه، أعماله، إنجازاته، أسلوب تفكيره، آراؤه واتجاهاته، علمه وفكره، وبعد ذلك يتم صياغة أسئلة الحوار على النحو الذي يتفق وطبيعة الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

د- إعداد الأسئلة:

تأتي الأسئلة الجيدة من خلال اختيار الموضوع محل الحوار، والشخصية التي بإمكانها أن تتحدث عنه وتضيف من المعلومات ما يحتاج إليه القراء، وعلى هذا فإن الإعداد المسبق للأسئلة من شأنه أن يجعل المحرر الصحفي أكثر ثقة في نفسه، وأكثر دراية بالموضوع الذي يتم مناقشته.

وبالتالي ضبط إطار المناقشة بحيث لا يخرج المتحدث عن أصل الحوار لموضوعات فرعية قد لا تهم الحوار ولا يحتاج الجمهور إلى معرفتها.

ومن ثم يصبح من الضروري أن يكتب المحرر الصحفي الأسئلة قبل أن يلتقي بالمصدر الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، ولكن لا يجب أن يذهب إليه ومعه الأسئلة المكتوبة، وأنه من الأفضل أن يحفظها حتى لا يضطر لقراءتها من الورق الذي أمامه، ويعطي انطباعاً لدى الشخصية بأن المحرر لم يدرس موضوع الحديث جيداً.

وقد يصبح من الشروط المهمة في هذه الأسئلة أن تكون إيجابية بمعنى أنها تقدم معلومات وأخبار وآراء جديدة، بعكس الأسئلة السلبية التي تدور كلها في إطار واحد، بما لا يفيد القارئ، بجانب ضرورة أن تكون الأسئلة محددة بدقة، وألا تحمل معاني كثيرة قد تفقد المتحدث التركيز عند الإجابة عليها، بحيث يبدأ المحرر الصحفي أسئلته بموضوع الحوار ثم التصاعد في الأسئلة التي تخوض في التفاصيل بشكل درامي يجعل من الحوار متعة أثناء القراءة عبر التنوع في الأسئلة ما بين الأسئلة الهادئة والثائرة والمشاغبة لموضوعات وآراء خلافية من شأنها أن تخرج المتحدث عن هدوءه من ناحية والكشف عن زوايا ومعلومات لم تكن مطروحة من ناحية أخرى، ويرى أساتذة الصحافة ضرورة أن تكون مثل هذه النوعية من الأسئلة في منتصف الحوار أو قبل نهايته حتى لا يضطر المتحدث من إنهاء الحوار وعدم الرغبة في استكماله.

هـ- الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد:

بعد اختيار الموضوع وإعداد الأسئلة إعداداً جيداً بما يتفق مع المتحدث الذي يتم إجراء الحوار معه، يتم الاتصال بالشخصية وتحديد الميعاد المناسب لإجراء الحوار حيث يستوجب ذلك أن يذهب المحرر الصحف قبل الميعاد المحدد، ثم تقديم نفسه بنفسه على أنه صحفي بجريدة كذا، وأن يكون على دراية بآراء واتجاهات الشخصية التي يتحاور معها، وقد يكون من الصعوبة لضيق الوقت إعداد الأسئلة المناسبة ويلجأ خلالها المحرر إلى خبرته وثقافته في إجراء الحوار مع الشخصية بأسئلة تتفق مع آرائه المنشورة بالصحف والمجلات وبالتالي فإن مقابلته مصادفة قد تكون فرصة لا تتاح إلا نادراً.

خطوات تنفيذ الحوار الصحفي:

(١) تحديد موعد اللقاء.

(٢) إجراء الحوار.

(٣) تسجيل الحوار.

(٤) إعادة صياغة الحوار.

(١) تحديد موعد اللقاء:

حيث يبادر المحرر الصحفي بالاتصال بالشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، أو مقابلتها لتحديد الميعاد والوقت المناسب، ويتم في إطار ذلك تحديد من المتحدث، وماذا يريد، ولماذا يريد؟؟ وعلى هذا يجب على المحرر الصحفي ألا يفرض على الشخصية ميعاداً محدداً لإجراء الحوار معه، وإنما يتم اقتراح ميعاد، أو يترك للشخصية تحديد الوقت الذي يناسبها وهذا هو الأفضل، وذلك نظراً لوجود شخصيات عديدة لديها من المعلومات والآراء الكثير ولا ترغب في التحدث مع وسائل الإعلام، حيث يراعي المحرر الصحفي طبيعة الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

(٢) إدارة الحوار:

الثابت أن مطلع أسئلة المحرر الصحفي قد تكون من العوامل المشجعة لاستكمال الحوار حتى نهايته وقد تكون البداية هي نهاية الحوار على ذلك فإن الأسئلة التي يتم إعداده الفنان أو مطرب أو لاعب كرة لا تصلح لسياسي أو أديب أو وزير مسؤول في الحكومة، لذلك يجب أن يحسن المحرر الصحفي اختيار نقطة البداية أو مدخل الموضوع الملائم للشخصية التي يتم إجراء الحوار معها.

لذلك يجب أن يحرص المحرر الصحفي على أن يكون مسيطراً على المناقشة، وعلى تحديد سير الحوار، مع ضرورة أن يحاول المحرر الصحفي قدر الإمكان ان تكون أسئلته متجهة نحو القضايا الأساسية التي هي موضوع الحديث، وأن يحرص على الحصول على كل ما هو جديد ومثير ومحل اهتمامات القراء.

أما بالنسبة لنهاية الحوار فيجب أن تتركز حول غاية التوصل إلى النتائج والخلاصات العامة، واستخلاص أهم المعلومات والآراء التي تخدم موضوع الحوار لاسيما التعرف على وجهة النظر الشخصية للمتحدث، وكذا السعي إلى تأكيد بعض جوانب الموضوع الدقيقة التي تحتاج إلى مزيد من الصقل أو المراجعة.

(٣) تسجيل الحوار:

ويتم تسجيل الحوار من خلال طريقتين هما:

أ- النوتة الصحفية.

ب- أجهزة التسجيل.

أ- التدوين في النوتة الصحفية:

وهي الطريقة الشائعة والأسهل للمحرر الصحفي، حيث يقوم بتدوين ملاحظاته أثناء الحوار في نقاط قليلة، وقد يلجأ بعض المحررين الصحفيين إلى التدوين التام لكل الحوار وهذا ورغم أهميته يرفضه أساتذة الصحافة وذلك أن المحرر يصبح طوال الحوار مشغول بالتدوين الإملائي لكل الكلمات والعبارات التي يقولها المتحدث، وعلى هذا يصبح من الأفضل أن يتم تدوين الملاحظات على الأسئلة المطروحة مع الأرقام التي قد يتم نسيانها عند صياغة الحوار من جديد، أما الأحداث المعلومات الإنشائية فيعتمد المحرر الصحفي على حضوره أثناء الحوار وفهمه لكل التفاصيل التي تحملها إجابات الشخصية.

ب- تسجيل الحوار بأجهزة التسجيل:

وهذه الطريقة تعد هي الأفضل في تسجيل الحوارات الصحفية، حيث تكون الفرصة متاحة أكثر للمحرر الصحفي لتناول العديد من الأسئلة الثانوية عبر إجابات المتحدث وقد يرفض المتحدث هذه الوسيلة أثناء الحوار، والبعض يراجع ما تم تسجيله قبل انصراف المحرر وذلك حتى لا تكون هناك ألفاظاً أو عبارات قالها في حالة انفعال معين، وعلى هذا فالبعض من المسؤولين يراجعون حواراتهم المسجلة، والبعض قد يتنكر لذلك في حالة التدوين في النوتة الصحفية.

قوالب صياغة الحديث الصحفي:

قبل قيام المحرر الصحفي بكتابة الحوار الصحفي لابد وأن يستجمع كل ما توصل إليه من معلومات وآراء، وقد يقوم بالاتصال مرة أخرى بالشخصية التي تم

إجراء الحوار الصحفي معها إذا ما حدث خطأ في رقم جاء ذكره في الحوار، أو إجابة ناقصة على سؤال مهم، ثم تأتي الصياغة بعد ذلك ووضع الحوار في القالب الذي يناسبه.

(١) قالب الهرم المقلوب.

(٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج.

(٣) قالب الهرم المعتدل.

(٤) قالب الهرم المعتدل المتدرج.

(١) قالب الهرم المقلوب:

ويشتمل هذا القالب على ركنين أساسيين، الأول يتضمن مقدمة الحديث وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب، والثاني نص الحوار وهو يمثل جسم الهرم المقلوب أما المقدمة فهي تحتوي على أهم ما في الحديث من أخبار وآراء، في حين يأتي جسم الحديث متضمناً النص الكامل للحديث ثم يتم التدرج في أهمية المعلومات الواردة في الحوار من الأكثر أهمية، فالأقل أهمية ثم الأقل فالأقل.

- أهم الأخبار
- نص الحديث
- تفاصيل
- تفاصيل
- خاتمة

(٢) قالب الهرم المقلوب المتدرج:

ويتضمن هذا القالب جزئين هما:

الأول: ويشمل المقدمة وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب المتدرج.

الثاني: ويشمل نص الحوار الصحفي والذي يحتل جسم الهرم المقلوب المتدرج.

وتحتوي المقدمة على أهم الأخبار أو الآراء التي يتضمنها الحوار الصحفي أو جسم الهرم فهو على شكل فقرات يقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من

جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى يورد المحرر نص كلام المتحدث المتعلق بموضوع الفقرة الملخصة.

- أبرز الأخبار
- أقوال
- تلخيص
- أقوال
- تلخيص

(٣) قالب الهرم المعتدل:

ويأتي هذا القالب على ثلاثة محاور هما:

١- المقدمة: وهي تحتل قمة الهرم المعتدل تعد وتهيئ القارئ للحوار بأن تشير إلى موضوع الحوار، أو تصف الشخصية التي يتم إجراء الحوار معها، أو تأتي وصف للمكان الذي يتم فيه الحوار، أو سرد قصة اللقاء مع حتى كان على أرض الواقع.

٢- جسم الحديث: وهو يحتل جسم الهرم المعتدل، ويتضمن نص الحوار بحيث يبدأ من المعلومات الأقل أهمية فالأكثر أهمية، واستدراج القراء حتى القضية الأصلية، أو أهم معلومة في الحوار كله.

٣- خاتمة الحديث: وهي تحتل قاعدة الهرم المعتدل وتحتوي غالباً على تلخيص لأهم الآراء والمعلومات التي أدلت بها الشخصية التي تم إجراء الحوار معها، وقد تأتي الخاتمة من خلال طرح رؤية المحرر لأقوال والمعلومات التي أدلى بها المتحدث، وقد تكون انطباعات شخصية.

- أقل أهمية
- أكثر أهمية
- أكثر أهمية
- أكثر أهمية
- أهم ما في الحوار

(٤) قالب الهرم المعتدل المتدرج:

ويأخذ هذا القالب شكل المستطيلات، وهو يتضمن ثلاثة أجزاء وهي:

- المقدمة: وهي لا تختلف عن الهرم المعتدل حيث تكون المعلومات عادية وقليلة الأهمية.
- جسم القالب: ويضم مستطيلات وهي نتيجة المزاوجة بين فقرات التلخيص وبين الأقوال المقتبسة من تصريحات الشخصية التي تم إجراء الحوار الصحفي معها.
- الخاتمة: قد تأتي عبارة عن تقييم المحرر الصحفي لأقوال وآراء الشخصية، وقد تكون هذه الآراء محل نقد من المحرر وقد تأتي بالإعجاب والإشادة وهذا ما يؤكد حقيقة الانطباعات الشخصية التي تأتي في خاتمة الحوار الصحفي في الهرم المعتدل المتدرج.

- مقدمة وصفية.
- نص الحوار.
- تلخيص.
- أقوال مقتبسة.
- تلخيص.
- تقييم وانطباعات المحرر.

الفصل السابع

التقرير الصحفي

طرق إعداد وكتابة التقرير الصحفي:

يرى بعض أساتذة الصحافة وجود تشابه بين الخبر الصحفي والتقرير الصحفي، حيث أن كلاً منهما يحمل مضموناً خبرياً جديداً، ومحل اهتمام القراء فالخبر الصحفي وإن كان تعبير عن واقعة أو حادثة، أو فكرة ترتبط بمصالح غالبية القراء، وتثير اهتمامهم وهو في ذلك يقوم بعملية النقل ورصد الحدث بموضوعية كاملة.

أما التقرير الصحفي:

فهو يتضمن أيضاً مضموناً خبرياً، ورصد لحدث أو قضية أو واقعة إلا أن المحرر الصحفي يضفي بمزيد من التفاصيل حول أصل القصة الخبرية فضلاً عن طرح انطباعه الشخصي عن الواقعة أو الحادثة التي يقوم بالكتابة عنها.

وعلى هذا فإن الخبر الصحفي يتسم بالموضوعية في النقل، واختفاء وجهة نظر الكاتب أو انطباعه الشخصي عن الحدث، والبعد عن سرد أي تفاصيل لا علاقة لها بالخبر أو تخرج به عن موضوعيته، بينما التقرير الصحفي يتضمن انطباعات وآراء واتجاهات وسرد تفاصيل وخلفيات عن الحدث أو الواقعة لم تكن مطروحة عند نشر الخبر الصحفي.

التحقيق الصحفي والتقرير الصحفي:

ورغم التشابه بين النمطين إلا أن الاختلاف بينهما يأتي في النقاط التالية:

(١) أن التحقيق يتناول قضية أو مشكلة (البطالة، رغيف الخبز، أسعار الدواء، الأمراض المتوطنة) أما التقرير الصحفي فهو يتناول خبراً أو موضوعاً يثير اهتمام الجمهور عن طريق نشر المزيد من المعلومات والآراء عن الموضوع المثار.

(٢) في التحقيق الصحفي يقوم المحرر بعرض وجهات النظر في القضية المطروحة من خلال التحقيق، وبالتالي فلا يسمح له بالتعبير عن وجهة نظره، أو تأييد رأي آخر، بينما التقرير الصحفي فيظهر من خلاله شخصية الكاتب ووجهة نظره، فضلاً عن كونه ليس مضطراً أن يكون التقرير متفقاً وسياسة التحرير التي تقوم عليها الصحيفة التي يعمل بها.

أنواع التقارير الصحفية:

(١) التقرير الإخباري.

(٢) التقرير الحي.

(٣) التقرير الشخصي.

١- التقرير الإخباري:

وهو يقوم على شرح وتفسير القيم الإخبارية بالقصة الخبرية المرتبطة بالحدث أو الواقعة، وهو يعنى بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفي تناولها، حيث قد تكون هذه المعلومات لها دلالة تاريخية أو تناولها من خلال آراء خبراء ومتخصصين في الموضوع المطروح، وقد يكون هذا التقرير يومياً حيث يلبي احتياجات القراء في التعرف على الخلفيات والتفاصيل غير المسموح بنشرها في الأخبار، فهو يقدم معلومات إضافية عن الحدث أو الواقعة.

٢- التقرير الحي:

ورغم التشابه مع التقرير الإخباري في تناول الوقائع والأحداث ونشر تفاصيلها إلا أنه يتسم بقدرته على وصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به، وكذلك عرض التجارب الذاتية سواء جاءت

مصاحبة للمحرر الصحفي، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو الواقعة، مثل تغطية جلسات البرلمان والانتخابات والمؤتمرات السياسية.

٣- تقرير الشخصية:

ويقوم هذا التقرير على عرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث وتلعب دوراً مميزاً على المستوى الإقليمي أو الدولي، وعلى هذا فقد يحدث هناك خلطاً بين تقرير الأشخاص والحديث الصحفي القائم مع شخصية من الشخصيات الموجودة في المجتمع، والتقرير الخاص بعرض الأشخاص يقوم على رسم ملامح شخصية من الشخصيات وبالتالي ليس شرطاً إجراء حوار صحفي معه، أو تناول وجهة نظرها في قضية أو موضع ما من الموضوعات.

أما الحديث الصحفي فقد يقوم مع شخص أو مجموعة من الأشخاص بهدف الحصول على بيانات ومعلومات عن موضوع أو قضية ما محل اهتمام الغالبية العظمى من الجمهور، وبالتالي فهو يبحث عن سؤال (لماذا؟؟) أما التقرير الصحفي فهو يبحث عن سؤال (ماذا ؟؟) حيث لا يخرج عن إطاره الخبري إلا في نواحي نشر المزيد من التفاصيل عن الحدث أو الواقعة.

أسس صياغة التقرير الصحفي:

يقوم التقرير الصحفي على ثلاثة محاور هما:

١- المقدمة:

وهي تقوم على التمهيد للموضوع الذي يتم تناوله من خلال التقرير بما يعني تهيئة القارئ للموضوع المطروح، بحيث تجذب المقدمة انتباه القراء للموضوع الذي يتناوله التقرير وتدفعهم للمتابعة للتفاصيل التي جاءت في إطاره.

٢- جسم التقرير:

وهو يتضمن البيانات والمعلومات محل التقرير، بما يعني الأدلة

والشواهد المنطقية التي تدعم موضوع التقرير، وبالتالي يجب على كاتب التقرير أن يحرص على أن تكون فكرة التقرير واضحة من البداية وذلك من خلال التتبع المنطقي للحدث أو الواقعة، بأن يتم سرد القصة التي يتضمنها التقرير من بدايتها حتى وقت كتابة التقرير بجانب الكشف عن النقاط والجوانب الغامضة في الحدث أو الواقعة التي يتضمنها التقرير.

٣- الخاتمة:

وفيها يقوم المحرر الصحفي بعرض أهم النتائج والخلاصة التي توصل إليها من خلال رصده للحدث أو الواقعة، مع طرح وجهة نظره وانطباعه الشخصي عن الحدث الذي قام برصده ووصفه والتعليق عليه، والكشف عن خلفياته.

قالب صياغة التقرير:

يقوم بناء التقرير الصحفي على قالب الهرم المعتدل، حيث تأتي مقدمة التقرير بوقائع ومواقف ومعلومات جديدة عن الواقعة أو الحادثة، أما جسم التقرير فيتضمن المعلومات والبيانات الجوهرية بما في ذلك الأدلة والشواهد التي تؤكد حقيقة ما جاء بالتقرير من معلومات وبيانات أما الخاتمة فقد تأتي بعرض وجهة نظر المحرر وأهم النتائج التي توصل إليها عند تناوله للتقرير الصحفي.

- مقدمة
- جسم الخبر
- معلومات – أدلة - شواهد
- خاتمة التقرير
- نتائج - خلاصة- رأي شخصي

الفصل الثامن

المقال الصحفي

تعريف المقالة:

- قطعة نثرية قصيرة أو متوسطة، موحدة الفكرة، تعالج بعض القضايا الخاصة أو العامة، معالجة سريعة تستوفي انطباعاً ذاتياً أو رأياً خاصاً، ويبرز فيها العنصر الذاتي بروزاً غالباً، يحكمها منطق البحث ومنهجه الذي يقوم على بناء الحقائق على مقدماتها، ويخلص إلى نتائجها.
- قطعة مؤلفة، متوسطة الطول، وتكون عادة منثورة في أسلوب يمتاز بالسهولة والاستطراد، وتعالج موضوعاً من الموضوعات على وجه الخصوص. ويعرفها الكاتب آرثر بنسن بأنها:
- تعبير عن إحساس شخصي، أو أثر في النفس، أحدثه شيء غريب، أو جميل أو مثير للاهتمام، أو شائق أو يبعث الفكاهة والتسلية.

ويصف كاتب المقالة بأنه:

شخص يعبر عن الحياة، وينقدها بأسلوبه الخاص.. فهو يراقب ويسجل ويفسر الأشياء كما تحلو له.

تعريف النقاد العرب لفن المقالة:

- يقول الدكتور محمد يوسف نجم: المقالة قطعة نثرية محدودة في الطول والموضوع، تكتب بطريقة عفوية سريعة، خالية من التكلف، وشرطها الأول أن تكون تعبيراً صادقاً عن شخصية الكاتب.

ويقول الدكتور محمد عوض: إن المقالة الأدبية تشعرك وأنت تطالعها أن الكاتب جالس معك، يتحدث إليك، وأنه ماثل أمامك في كل فكرة وكل عبارة.

نشأتها:

نشأت المقالة الحديثة في الغرب، على يد مونتني (الفرنسي) في القرن السادس عشر، وكانت تتسم بطابع الذاتية، فقد كان يفيد من تجربته الذاتية في تناول الموضوعات التربوية والخلقية التي انصرف على معالجتها، فلقيت مقالاته رواجاً في أوساط القراء، ثم برز في إنكلترا (فرنسيس باكون) في القرن السابع عشر فأفاد من تجربة مونتني، وطور تجربته الخاصة في ضوئها، ولكن عنصر الموضوعية كان أشد وضوحاً في مقالاته، مع الميل إلى الموضوعات الخلقية والاجتماعية المركزة، وفي القرن الثامن عشر بدت المقالة نوعاً أدبياً قائماً بذاته، يتناول فيه الكتّاب مظاهر الحياة في مجتمعهم بالنقد والتحليل وقد أعان تطور الصحافة على تطوير هذا العنصر الأدبي، وبرز فيه عنصر جديد وهو عنصر السخرية والفكاهة، وإن كانت الرغبة في الإصلاح هي الغاية الأساسية لهذا الفن الجديد، وفي القرن التاسع عشر، اتسع نطاق المقالة لتشمل نواحي الحياة كلها، وازدادت انطلاقاً وتحرراً واتسع حجمها بحكم ظهور المجلات المتخصصة.

والسؤال الذي يتردد هنا: هل عرف أدبنا العربي القديم فن المقال؟

في أدبنا العربي القديم عُرف فن يسمى بالفصول والرسائل وهو يقترب من الخصائص العامة لفن المقال مثل: رسائل عبد الله بن المقفع وعبد الحميد الكاتب، ورسائل الجاحظ، وأبو حيان التوحيدي في كتابيه (الإمتاع والمؤانسة، وأخلاق الوزيرين)، كما نستطيع أن نجده في تراث الأمم الأخرى منذ الإغريق والرومان، وفي الكتب الدينية والفلسفية وكتب الحكماء.

ولكن المقالة تنفرد بمميزات خاصة عن فن الفصول والرسائل، فقد تأثر كتّاب المقالة الحديثة بالاتجاهات السائدة في الآداب الغربية، مما أثرى المقالة بخصائص فنية تجعلها متفردة عن باقي الأجناس الأدبية الأخرى.

أسباب تطور فن المقال وتخلصه من التكلف اللفظي:

١- التأثر بالغرب وصحافته.

٢- ارتقاء الوعي وظهور الأحزاب السياسية والتيارات الفكرية التي أحدثته أحداث بارزة مثل مجيء: جمال الدين الأفغاني، والثورة العرابية، والاحتلال البريطاني، وحركة تأسيس المدارس والكليات، ونشاط الحركة الاستعمارية في أقطار المغرب العربي.

٣- ظهور المدرسة الصحفية الحديثة، وبرزت صحف كثيرة من مثل المؤيد، اللواء، الجريدة، السفور، السياسية، البلاغ.

٤- ظهور المجلات المتخصصة التي أحاطت بمكونات المقالة العربية.

ولهذا أصبحت المقالة أكثر قدرة على مخاطبة الواقع والاهتمام بقضاياه عما كانت في السابق.

المقالة والصحافة:

يتصل تاريخ المقالة العربية الحديثة اتصالاً وثيقاً بتاريخ الصحافة في الشرق الأوسط، فهو يرجع إلى تاريخ غزو نابليون للشرق ووجود المطابع الحديثة، وقد ظلت الصحافة لفترة طويلة تحتفظ بطريقة المقال الافتتاحي للجريدة والذي كان يدور في الغالب حول الموقف السياسي وما يعرض فيه من الأحوال والتقلبات، وقد ظهر المقال الأدبي إلى جانب المقال الصحفي.

الاختلاف بين المقال الصحفي والمقال الأدبي:

المقال الصحفي يتناول المشكلات القائمة والقضايا العارضة من الناحية السياسية، أما المقال الأدبي فيعرض لمشكلات الأدب والفن والتاريخ والاجتماع

كُتّاب المقالات:

هناك كتاب استطاعوا الإجادة في كتابة النوعين من المقالات، المقالة الصحفية والمقالة الأدبية، ومنهم: عباس محمود العقاد، والدكتور حسين هيكل، والدكتور طه حسين.

وهناك كتاب اشتهروا بإجادة المقالة الصحفية فقط، منهم: الصحفي عبد القادر حمزة، وأحمد حافظ عوض، والدكتور محمود عزمي.

وهناك كتاب اشتهروا بكتابة المقالة الأدبية الخالصة، ومنهم: ميخائيل نعيمة، وجبران خليل جبران، ومي زيادة، وعبد العزيز البشري.

خصائص المقالة الحديثة:

تميزت المقالة الحديثة بمجموعة من الخصائص، وهي:

١- إنها تعبير عن وجهة النظر الشخصية، وهذه الميزة هي التي تميزها عن باقي ضروب الكتابات النثرية.

٢- الإيجاز، والبعد عن التفصيلات المملة، مع إنماء الفكرة وتحديد الهدف.

٣- حسن الاستهلال وبراعة المقطع.

٤- إمتاع القارئ، وإذا ما انحرفت عن هذه الخاصية أصبحت أي لون آخر من ألوان الأدب وليست بفن مقالة.

٥- الحرية والانطلاق، الوحدة والتماسك والتدرج في الانتقال من خاطرة إلى خاطرة أخرى من الخواطر التي تتجمع حول موضوع المقال.

طرق كتابة المقالات الصحفية:

يعد المقال الصحفي الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث الجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي أو الدولي.

والمقال الصحفي قد لا يقتصر على شرح وتفسير الأحداث والوقائع الجارية أو التعليق عليها وإنما قد يأتي كاتب المقال بفكرة جديدة لم تكن مطروحة من قبل من شأنها أن تشغل الجمهور وتستحوذ على اهتمامه، وقد تدفع هذه الفكرة في إلغاء تشريع أو سن قانون جديد يمس مصالح القراء أو تثير اهتمامهم لأي سبب من الأسباب.

والمقال الصحفي هو في الأصل تعبير مختصر بالكلمات حول مسألة معينة يتبني كاتبه وجهة نظر محددة تلميحاً أو تصريحاً.

أنواع المقالات الصحفية:

(١) المقال الافتتاحي.

(٢) المقال العمودي.

(٣) المقال التحليلي.

(٤) المقال النقدي.

١ – المقال الافتتاحي:

وهو يعد أهم فنون المقال الصحفي، وهو يقوم على وظيفة الشرح والتفسير والتوجيه معتمداً على الأدلة والشواهد والبراهين والبيانات للوصول إلى إقناع القراء وكسب تأييدهم للموضع الذي يطرحه في مقاله.

ويتميز المقال الافتتاحي بـ:

أ- التعبير عن سياسة الصحيفة بغض النظر عن توجهها والجهة التي تملكها.

ب- متابعة الوقائع والأحداث اليومية على المستوى المحلي والدولي.

ج- الاهتمام بالقضايا التي تشغل انتباه الرأي العام.

د- إبراز الخلفية التاريخية للأحداث والقضايا والإحاطة الكاملة بها.

هـ- استخدام اللغة السهلة البعيدة عن الغموض والمصطلحات الضخمة.

ومن هنا فإن المقال الافتتاحي ليس تعبيراً عن وجهة نظر الكاتب، أو ترجمة لانطباعاته الشخصية وإنما هو في حقيقة الأمر تعبير عن سياسة الصحيفة، ولذلك فكثيراً ما يأتي المقال الافتتاحي دون توقيع، لأنه منسوب في هذه الحالة للصحيفة وذلك بهدف الإقناع وليس مجرد الاستمالة العاطفية، وبالتالي فقد يعتمد الكاتب على الأرشيف الصحفي ومصادر المعلومات بالصحيفة فضلاً عن قراءاته العديدة ومعلوماته التي استطاع اكتسابها من طول فترة عمله بالصحيفة.

وإذا كان الجانب الأكبر من المقالات الصحفية يعبر عن سياسة الصحفية، إلا أن هناك جانب آخر من المقالات الصحفية قد يعبر عن رأي الكتاب والمفكرين الذين لا يعملون في الصحيفة ولا يشترط أن يكتب هؤلاء بما يؤيد سياسة الصحيفة، بل ربما تنشر لهم الصحف مقالات تخالف سياساتها وذلك عملاً بحرية الرأي وخاصة في المجتمعات الديمقراطية.

وظائف المقال الصحفي:

١- الإعلام: وذلك بتقديم المعلومات والأفكار الجديدة.

٢- شرح وتفسير الأخبار اليومية الجارية.

٣- التثقيف: وذلك عن طريق نشر المعارف الإنسانية المختلفة.

٤- الدعاية السياسية: وذلك بنشر سياسة الحكومة والأحزاب وموقفها من قضايا المجتمع.

٥- الدعاية الأيديولوجية: وذلك عن طريق نشر الأفكار والفلسفات والدفاع عنها ضد خصومها.

٦- تعبئة الجماهير: أي حثهم ودفعهم لخدمة نظام سياسي أو اجتماعي معين

٧ تكوين الرأي العام في المجتمع والتأثير على اتجاهاته سوءاً بالسلب أو الإيجاب.

٨ التسلية والإمتاع وهو الأمر الذي تحققه المقالات الترفيهية أو الضاحكة أو الساخرة.

لغة المقال الصحفي:

لغة المقال الصحفي هي وسط بين لغة المقال الأدبي ولغة المقال العلمي، فالمقال الأدبي يعبر فيه الكاتب عن عواطفه وتجربته الذاتية ومشاعره الوجدانية تجاه موقف خاص أو موقف عام.

أما المقال العلمي فهو أداة العالم لوصف الحقائق العلمية من خلال منهج علمي يقوم على الموضوعية المطلقة، لكن المقال الصحفي فيه شيء من ذاتية الكاتب الأدبي، وفيه شيء من الموضوعية.

فلغة المقال الصحفي هي لغة الحياة العامة، أي لغة المواطن العادي، فهي لغة يفهمها جميع القراء مهما اختلفت مستوياتهم التعليمية أو الثقافية أو الاجتماعية.

لكن لا يعني ذلك أن تكون لغة المقال الصحفي هي العامية، وإنما يجب أن تكون لغة المقال الصحفي لغة عربية فصحى ولكنها ليست فصحى العصر الجاهلي أو العصر العثماني، وإنما فصحى عصر الصحافة. أي العصر الحديث.

أنواع المقال الصحفي:

١- المقال الافتتاحي.
٢- العمود الصحفي.
٣- المقال النقدي.
٤- المقال التحليلي.

١ - المقال الافتتاحي:

هو مقال يقوم على شرح وتفسير الأخبار والأحداث اليومية بما يعبر عن سياسة الصحيفة تجاه هذه الأحداث والقضايا الجارية في المجتمع.

وتختلف وظيفة المقال الافتتاحي حسب طبيعة المجتمع الذي تصدر فيه هذه الصحيفة، ففي المجتمعات الليبرالية الديمقراطية يعبر المقال الافتتاحي عن مالك الصحيفة سواءً أكان فرداً أو جماعة أو حزباً معيناً، أما في الدول الاشتراكية أو

المجتمعات النامية فالمقال الافتتاحي يعبر عن سياسة الدولة أو الحزب الحاكم فيها، حيث يلعب المقال الافتتاحي هنا دور الدعاية السياسية للدولة.

والذي يكتب المقال الافتتاحي هو رئيس التحرير أو كبار الكتاب في الصحيفة ممن يثق بهم رئيس التحرير أو أصحاب الصحيفة.

يمثل المقال الافتتاحي رأي الصحيفة بأكملها وليس مجرد رأي كاتبه ولو كان رئيس التحرير.

أسس كتابة المقال الافتتاحي:

يأخذ المقال الافتتاحي هيئة الهرم المعتدل والذي يتضمن ثلاثة عناصر أساسية هي المقدمة، وجسم المقال، والخاتمة، فالمقال الافتتاحي غالباً ما يحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الموضوع الذي يدور حوله المقال حيث تهدف المقدمة إلى تهيئة ذهن القارئ لتلقي المادة الصحفية التي يتناولها، أما صلب المقال فيتضمن الحقائق والمعلومات التي يؤكد عليها الكاتب بالأدلة والبراهين وفق السياسة التحريرية للصحيفة.

والمقال الافتتاحي يكتبه رئيس التحرير أو كبار الكتاب بالصحيفة من أصحاب الثقة وذات التوجه الذي يتطابق فيه ما يكتبه مع السياسة التحريرية للصحيفة، وكان قديماً يوقع كاتب المقال الافتتاحي باسمه أسفل المقال عندما كانت صحافة الرأي هي التوجه الصحفي السائد في العالم، ولكن وبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت الصحافة الخبرية وفيها أصبح المقال الافتتاحي تعبير عن توجه الصحيفة وليس شخصاً بذاته.

والمقال الافتتاحي الجيد هو الذي يختار موضوعه بعناية فائقة من ناحية، ويكثر به الأسانيد والدلائل والبراهين من ناحية أخرى.

وقد كان المقال الافتتاحي في القرن الماضي يشغل الصفحة الأولى، وأجزاء من الصفحات الداخلية ومن أشهر كتاب المقال في مصر على مدار تاريخها محمد عبده، جمال الدين الأفغاني، مصطفى كامل، أحمد لطفي السيد، عبد القادر

حمزة، عبد الله النديم، إبراهيم المازني، أديب إسحاق، إحسان عبد القدوس، أنيس منصور، محمد حسنين هيكل، إبراهيم نافع، سمير رجب، عباس الطرابيلي، إبراهيم عيسى، وعلى المستوى الدولي جون آدامز، جوزيف وارن، ورالف أمرسون، والتر ليمان، صمويل كوبر.

وقد كان المقال الافتتاحي ينهض بمهمة القيادة والزعامة، وكان وسيلة التوجيه والإرشاد وتكوين الرأي العام، ولا يزال يلعب دوراً مهماً في صحافة الراي مثل صحيفة التايمز، اللوموند، ونيويورك تايمز وغيرها.

ومن ناحية أخرى فإن افتتاحيات بعض الصحف قد تؤخذ كدليل على اتجاه الحكومات في الدول التي تصدر فيها الصحف، كما هو الشأن في مصر فترة الخمسينات والستينات وبداية السبعينات عندما كان الأستاذ محمد حسنين هيكل يكتب مقاله في الأهرام بعنوان "بصراحة" ويتكون المقال الافتتاحي من ثلاثة أجزاء هي:

- المقدمة: وهي مدخل مثير للانتباه يعبر عن أهمية القضية أو المشكلة المطروحة في المقال.
- جسم المقال: وهو يضم البيانات والمعلومات الموثقة بالشواهد والأسانيد.
- خاتمة المقال: وتحتوي على خلاصة الأفكار والآراء التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال.

وعلى هذا فإن المقال الافتتاحي يأخذ غالباً القالب الهرمي المعتدل.

٢ - المقال العمودي:

العمود الصحفي: هو مساحة محدودة معينة ثابتة في مكان محدد، وفي وقت محدد تعطيها الصحيفة لأحد كتابها الكبار، وتكون ذات عنوان ثابت ولا بد أن يحمل توقيع كاتبه.

وليس من الضروري أن يلتزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة واتجاهاتها، وإن كان متعارفاً على ألا يكون معارضاً لها.

كاتب العمود الصحفي له الحرية في تناول ما يريد من موضوعات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية فيها، يهم الرأي العام ويشغل تفكيره.

لقد اعتمدت الصحف منذ انتشارها حتى أوائل القرن العشرين على المقال الافتتاحي الذي كان طويلاً في البداية ثم أخذ في التناقص شيئاً فشيئاً والمقال العمودي هو مساحة محدودة من الصحيفة لا تزيد عن عمود تضعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب بها يعبر من خلاله عما يراه من آراء وأفكار وخواطر وانطباعات شخصية حول الأحداث والقضايا، وهو في الغالب له مكان ثابت لا يتغير وينشر تحت عنوان ثابت، وقد يكون كل يوم، أو ربما كل أسبوع مثل (حقائق لإبراهيم نافع، ومواقف لأنيس منصور، من قريب لصلاح منتصر، فكرة لمصطفى أمين...).

المقال العمودي والافتتاحي:

توجد العديد من الاختلافات بين المقال العمودي والمقال الافتتاحي أهمها:

١- أن للمقال العمودي مكان ثابت في الصحيفة.

٢- أن للمقال العمودي عنوان ثابت لا يتغير في الصحيفة.

٣- أن المقال العمودي ليس شرطاً أن يتفق على سياسة الصحيفة.

٤- أن المقال العمودي لابد من توقيع صاحبه أسفله.

٥- أن المقال العمودي ينشر بانتظام (يومي- إسبوعي).

وعلى هذا فإن العمود الصحفي يصور شخصية الكاتب وأفكاره وأحسيسه وتأملاته، والكاتب يعتبر القراء بمثابة أصدقائه حين يفضي إليهم بكل ما يخطر على باله، أو ما يجيش في صدره من أفكار دون تكلف.

ويمتاز العمود الصحفي بخفة الظل وسهولة الأسلوب واستخدام الصيغ الاستفهامية والتعجبية، كما أنه يمزج التعبير بالتهكم والسخرية مع الحكم والأمثال المتداولة.

وكاتب العمود الصحفي لا يتعمق في البحث كما يفعل المتخصصون وكتاب المقالات التحليلية، وإنما هو يكتب على فطرته وسجيته كمواطن يعيش وسط الناس يفرح بفرحهم، ويتألم إذا اشتكوا، ولذلك فهو يهتم أكثر بكل ما يهم ويمس مشاعر القراء وعواطفهم.

أسس كتابة المقال العمودي:

يقوم بناء المقال العمودي على ثلاثة أجزاء، فالمقدمة هي في الأساس مدخل وتمهيد من الكاتب لموضوع مهم يتم تناوله في عموده، ثم يأتي جسم العمود ليضم الحدث أو الموضوع الذي يتم تناوله بالأدلة والشواهد والبراهين.

أما خاتمة المقال العمود فهي خلاصة رأي الكاتب في الموضوع الذي تناوله في عموده، ولذلك فإن المقال العمودي يقوم على القالب الهرمي المعتدل حيث السرد في الأهمية حتى الوصول إلى ذروة الحدث وفي الخاتمة يؤكد الكاتب على النصح والإرشاد والموعظة.

وفي الشكل التالي أهم ما يتضمنه كل من تلك الأجزاء:

المقدمة:

١- خبر أو حدث.

٢- فكرة أو خاطرة.

٣- خطبة أو مشكلة.

٤- حكمة أو مثل أو تصريح.

الجسم:

١- الأدلة والشواهد والحجج.

٢- تفاصيل الحدث أو القضية أو الفكرة.

٣- إجابة الكاتب على أسئلة القراء.

الخاتمة:

١- خلاصة رأي الكاتب.

٢- العبرة أو الموعظة أو الحكمة النهائية.

٣- نصيحة يقدمها الكاتب إلى القراء.

وللعمود الصحفي أنواع متعددة تختلف باختلاف مضامينها وهذه الأنواع هي:

١- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء وتمس مشاعرهم.

٢- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية (المضحكة المبكية).

٣- العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.

٤- العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه (المنلوج) أو يأخذ شكل الحوار مع غيره (الديالوج).

٥- العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ.

٣- المقال التحليلي:

يعد المقال التحليلي من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثرها تأثيراً، وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر المختلفة التي تشغل الرأي العام.

ويقوم المقال التحليلي على تناول الوقائع والأحداث بالتفصيل ويربط بينها وبين أحداث أخرى ثم يستنبط منها ما يراه من آراء واتجاهات، وهو في المعتاد ينشر أسبوعياً حيث تكون الفرصة متاحة أمام الكاتب للخوض في مختلف مجالات النشاط الإنساني من سياسة واقتصاد، وثقافة وفكر وأدب.

ويعد هذا الفن من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثر تأثيراً، فالمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة، وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل، ولأنه يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث فإنه غالباً ما يكون أسبوعياً ولو كان ينشر في صحيفة يومية.

ويمكن بالتالي أن نميز بين المقال التحليلي والافتتاحي من النقاط التالية (مساحته، مكانه، كاتبه)، حيث أن المقال التحليلي لا علاقة له بسياسة الصحيفة كما هو الحال في المقال الافتتاحي، وبالتالي فهناك مساحة أكبر لكاتب المقال التحليلي- قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة- في تناول الموضوعات والقضايا دون حذر أو خوف، بينما تأتي المقالات الافتتاحية معبرة عن توجه الصحيفة.

ويقوم المقال التحليلي على ارتباطه بحدث تجذب حيويته أذهان القراء وانتباههم.

أنواع المقال التحليلي:

ويتم ذلك وفق التقسيم الجغرافي والموضوعي للمقال التحليلي،

١ – التقسيم الجغرافي:

ويضم المقال التحليلي المحلي، والقومي، والعالمي، فالمقال التحليلي المحلي وهو الذي يتناول القضايا والمشكلات داخل المجتمع الذي تصدر به الصحيفة.

أما المقال القومي، فهو الذي يتناول المشكلات والموضوعات المرتبطة بالبلدان العربية، بينما المقال العالمي فهو الذي يتناول قضايا ومشكلات تحدث على نطاق دولي خارج المنطقة العربية.

٢- التقسيم الموضوعي:

ويضم هذا التقسيم الآتي:

المقال التحليلي السياسي، والديني، الرياضي، الثقافي، الأدبي، الاقتصادي، العسكري، البرلماني.

ويقوم المقال التحليلي بمجموعة من الوظائف هي:

(١) عرض وتحليل الأحداث الجارية والكشف عن أبعادها.

(٢) مناقشة وطرح القضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام.

(٣) التعبير عن السياسات والاتجاهات السائدة في المجتمع.

أسس كتابة المقال التحليلي:

يقوم المقال التحليلي على هيئة الهرم المعتدل ويضم ثلاثة أجزاء هي المقدمة، وجسم المقال والخاتمة، وبالنسبة للمقدمة يجب أن تتضمن أبرز حدث من الأحداث الجارية دون تفاصيل، وذلك حتى لا يصبح صلب المقال تكرار للمقدمة، أما جسم المقال فيتم عرض المعلومات بالتفصيل بموضوعية مع إبراز الخلفية التاريخية للحدث الذي يتم التعرض له بالمقال وكشف أبعاد الموضوع ودلالاته المختلفة، أما في خاتمة المقال التحليلي فهي تضم خلاصة وجهة نظر الكاتب عن القضية والموضوع المطروح، وقد تأخذ الخاتمة صوراً عديدة منها النهاية، الطريقة، والاقتباسية، والتصويرية، والملخصة، والمثل والحكمة، والمقارنات.

وعلى هذا يمكن القول أن الخاتمة تعد من أهم العناصر المؤثرة في المقال التحليلي ذلك أنه آخر ما يطالعه القارئ من المقال، وآخر ما يترك لدى القارئ انطباعاً عن المقال وكاتبه.

ويشكل مختصر يُكتَب المقال التحليلي في ثلاثة أجزاء كما في الشكل التالي.

المقدمة:

١- إبراز حدث هام.

٢- طرح قضية تشغل الرأي العام.

٣- تقديم اقتراح جديد.

الجسم:

١- المعلومات الخلفية للموضوع.

٢- الأدلة والبراهين والشواهد.

٣- كشف أبعاد الموضوع ودلالاته.

٤- عرض الآراء المؤيدة والمعارضة ومناقشتها.

الخاتمة:

١- خلاصة وجهة نظر الكاتب في الموضوع.

٢- استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع.

٣- فتح حوار بين الكاتب وبين القراء وبين غيره من الكتاب.

٤- المقال النقدي:

وهو يقوم على عرض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي وذلك من اجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج ومساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من هذا الكم الهائل من الإنتاج الأدبي والفني والعلمي الذي يتسم إنتاجه يومياً على المستوى القومي والدولي.

وللمقال النقدي مجالات عديدة تشمل غالبية النشاط الإنساني من أبرز تلك المجالات:

١- الإنتاج الأدبي من قصص وروايات وشعر.

٢- الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بألوانه المختلفة.

٣- الإنتاج العلمي من المؤلفات والكتب الجديدة أو المقالات والأبحاث وغيرها.

ويختلف فن المقال الصحفي عن المقال الأدبي اختلافاً جوهرياً، وذلك من حيث لوظيفة والموضوع واللغة والأسلوب جميعاً، فمن الثابت أن المقال الأدبي يهدف

إلى أغراض جمالية، ويتوخى درجة عالية من جمال العبارة، وذلك كما يتوخاها الأديب الذي يرى الجمال غاية في ذاته، وغرضاً يسعى إلى تحقيقه، أما المقال الصحفي فإنه يهدف أساساً إلى التعبير عن أمور اجتماعية وأفكار عملية نقية نقدها أو مدحها، وهو على كل حال يرمي إلى التعبير الواضح عن فكرة بعينها.

وعلى هذا فإن المقال الصحفي عادة ما يهتم بتفاصيل ما يجري من الأحداث اليومية في المجتمع، والأحداث التي وقعت والإحصاءات والبيانات الواردة من كل اتجاه حيث يكون أكثر اهتماماً بالأحداث وتفاصيلها، أما المقال النقدي فهو يتناول الأرقام والإحصاءات بالنقد والتحليل.

ويتضمن المقال الأدبي مجالات عديدة منها المسرح والسينما والفنون من تصوير ونحت، وكذلك الإنتاج الإذاعي والتليفزيوني، والقصصي والأشعار والأغاني والكتب والمؤلفات في مختلف التخصصات من سياسة واقتصاد، وتاريخ، واجتماع، وطب، ورياضيات...

أسس بناء المقال النقدي:

يقوم بناء المقال النقدي على طريقة الهرم المعتدل وهو في ذلك يصبح متشابهاً مع المقال الافتتاحي والعمودي، من خلال ثلاثة أجزاء هي:

١- المقدمة:

وتتضمن القضية أو الفكرة التي يطرحها الكاتب، سواء أكانت أدبية، أو فنية، أو علمية وفيها يتم تناول التجديد والتطوير الذي أضافه هذا العمل الذي يتم تناوله بالنقد وإقبال الجمهور عليه من عدمه.

٢- جسم المقال:

وهو يشتمل على عرض موضوع العمل الفني أو الأدبي أو العلمي وتحليل وتفسير وشرح الأبعاد المختلفة له، مع مقارنة هذا العمل الإبداعي مع غيره من الأعمال سواء كان ذلك على مستوى ما كتبه الكاتب من قبل، أو على مستوى ما يتم عرضه.

٣- خاتمة المقال:

الفكرة

عرض الموضوع + تحليل + تفسير + مقارنة

تقييم نهائي للعمل دعوة لمتابعة العمل أو عدم المتابعة:

وفيه يتم تقييم العمل والوقوف على مستواه الإبداعي وفي الخاتمة تأتي دعوة الكاتب للقراء أو المشاهدين أو المستمعين إلى مشاهدة أو عدم مشاهدة هذا العمل وعلى هذا فإن النقد هو تقييم لعمل يتم عرضه، سواء أكانت ذلك مدح في العمل أو أحد عناصره، أو نقد بعض عناصره والأخطاء التي شابت العمل ذاته.

وباختصار يكتب المقال النقدي كما يكتب العمود الصحفي أي من ثلاثة أجزاء كما في الشكل التالي:

المقدمة:

١- الفكرة التي يثيرها العمل الفني.

٢- التجديد أو التطوير في شكل أو مضمون العمل الفني.

٣- تصوير موقف الجمهور من هذا العمل الفني.

الجسم:

١- عرض موضوع العمل الفني.

٢- تحليل وتفسير وشرح أبعاد العمل الفني.

٣- المعلومات الخلفية.

٤- المقارنة بين العمل الفني وغيره من الأعمال المشابهة.

الخاتمة:

١- التقييم النهائي للعمل الفني.

٢- دعوة القارئ إلى الإقبال على هذا العمل الفني أو دعوته للانصراف عنه

٥- اليوميات الصحفية:

ومقالات "اليوميات" تعد أقرب إلى فن العمود الصحفي من حيث التعبير الشخصي الذي ينم عن تفكير صاحبه، وروح المذهب الذي يميل إليه، ونظرته إلى الحياة، سواء كانت روحه ساخرة أو متواضعة، أو متغطرسة أو متكبرة وقد تتناول اليوميات نقداً سياسياً أو اجتماعياً، والكاتب هنا يعبر عن وجهة نظره، لا عن سياسة الصحيفة التي يعمل بها.

ولغة اليوميات تجمع شأنها شأن العمود الصحفي بين بساطة اللغة الصحفية، وجمال اللغة الأدبية، وكذلك في كونها تقوم على التجارب الذاتية للكاتب.

وتطبيقاً على الصحف المصرية تعد جريدة (الأخبار) هي الصحيفة المصرية الوحيدة التي ما تزال تحتفظ بفن اليوميات بالصفحة الأخيرة والتي ما تزال تفسح له مساحة كبيرة من صفحتها الأخيرة، ومن كتابها عبد الرحمن الأبنودي، جمال الغيطاني، سمير سرحان، د. محمد عمارة، نعم الباز، سناء فتح الله.

ومن مميزات اليوميات أنها تتنوع في موضوعاتها التي تصور الحياة الإنسانية بمعناها الواسع بخيرها وشرها، ويشترط في كاتب اليوميات أن يكون معروفاً للناس من خلال مؤلفاته وإنتاجه الفكري والأدبي.

طرح القضية

تفاصيل + معلومات

خلاصة- آراء

طرح القضية

معلومات بيانات- أدلة- خلفيات تاريخية

خلاصة- نتائج

ملاحظات مبدئية في كتابة المقالة الصحفية:

ما من شكل صحفي أرقى من كتابة المقالة، وما من متعة تضاهي قراءة مقالة شيقة تجمع بين الرشاقة والسلاسة والمعلومة وقوة الحجة، وصلى الله وسلم على من قال: "إن من البيان لسحراً"، بعض الكتاب يكتب مقالة فترى القارئ وهو يقرؤها قد أطبق صمتاً، متلذذاً بقراءتها، وبعضهم يكتب كتيباً أو مقالة فيثير وراءه عاصفة من الأسئلة لا تتوقف طيلة عقود من السنين، وبعضهم يكتب مجلدات فلا يترك أثراً في عقل القارئ.

فكثيراً ما شكا بعض القراء من عجز في القدرة على الكتابة رغم أنهم يمارسون القراءة بشغف، ويحضّرون لها جيداً لكنهم لا ينجحون في جذب الاهتمام ولا في إيصال رسالتهم، فما الذي يجعل النص متميزاً: هل هو إسلوب كاتبه؟ أم موضوعه؟ أم شروطه؟ في النص أدناه أربعة محاور أساسية تصلح للبناء عليها فيمن يفكر في الكتابة أو يسعى إلى تنمية قدراته، والحقيقة أنها حصيلة تجربة أكثر منها تأصيلاً علمياً، وهي على كل حال تبقى مقالة أقصى ما ترمي إليه إثارة بعض عناصر القوة والضعف في كتابة المقالة على وجه الخصوص.

١- *فكرة النص:*

بداية لا يهمنا القول بأنه ثمة موضوع سيئ وآخر جيد، أو أن هذا موضوع سفيه وذاك رزين، فالأصل أن الموضوع مجرد فكرة، إذا ما نوقشت بحيادية واحترام فستنتج معرفة علمية بشرط ألا تكون فكرة الموضوع ذات طابع عدائي فيما يتعلق بالمعتقد الديني، ففي الدين، مثلاً، اجتهاد واسع وهو من اختصاص أهل العلم، أما فيما يتعلق بالغيبيات، وكمسلمين، فما علينا إلا التسليم والإيمان بها لأنها ليست موضع نقاش أو جدل، وفي مستوى الأفكار فمن الضروري التساؤل. متى يكون موضوعاً ما جذاباً وآخر منفراً؟ إذن أهم ما في الموضوع هو الفكرة، وهي أثمن ما يمكن أن ينتجه العقل البشري، ولأنها كذلك فمن السهل ترقيتها من مجرد "فكرة" محدودة تراءت لنا أو خطرت على بالنا، في لحظة ما، إلى "موضوع" بحيث

تغدو حديرة بالبحث والنقاش والتنقيب عنها وعن مضامينها ومحتوياتها وجدواها وتبيُّن مدى صلاحيتها في خدمة هدف معين.

لكن كيف سنتعامل مع الفكرة بحيث تتحول إلى موضوع؟ بالتأكيد نحن نتحدث عن مواضيع صحفية وليس عن أبحاث علمية لها شروط صارمة، ومع ذلك فالكتابة في موضوع صحفي قد لا يتجاوز ٥٠٠ كلمة تستدعي توفر قدر من الرصيد المعرفي قبل الشروع في الكتابة، وهنا علينا أن نهتم بمرحلتين ونفهم متطلباتهما:

أولاً: مرحلة تفكيك الفكرة:

(يلزم الاتفاق أولاً على أن كل فكرة لها جذر لغوي أو اصطلاحي أو معرفي أو علمي أو عقدي، ومهمة الكاتب هي:

- البحث عن الجذور ذات العلاقة.
- البحث عن العناصر التي تربط بين الفكرة وجذورها.
- فرز العناصر القوية عن العناصر الضعيفة.
- اعتماد العناصر القوية واستبعاد الضعيفة.

لكن ينبغي ملاحظة أنه ليس كل رابط مهم بالضرورة حتى لو كان قوياً، فثمة عناصر قوية قد لا يحتاجها النص فعلاً بحيث يكتفي ببعض العناصر ويتخلى عن أخرى، مع ملاحظة أن العناصر الترابطية الضعيفة هي كذلك في سياق معين، وهذا يؤشر على أنها قد تكون قوية في سياق آخر).

بطبيعة الحال فإن لكل جذر من الجذور خصوصياته المميزة، فقد تعترضنا بعض الأفكار ذات الجذور المتنوعة والتي لا تتضح فيها الفكرة إلا باستعراض أبرز العناصر الكفيلة لإزالة الغموض عنها، وقد نحتاج فقط إلى جذر أو جذرين، لكن من المهم الإشارة إلى أن الجذر اللغوي نستخدمه في العادة حين يكون هناك لبس كبير حول الفكرة بحيث تختلط المعاني وتضيع الحقيقة فنلجأ حينذاك إلى الجذر اللغوي لإعادة الأمور إلى نصابها، ومن باب الإشارة فالجذر اللغوي هو المتعلق

بالمفاهيم، فلما نقول هذا "مفهوم" يعني أن له جذراً لغوياً سهل التتبع، ولما نقول هذا "اصطلاح" فالمقصود تسمية لا أصل لها في اللغة الأمر الذي يستدعي بحثاً في أصول النشأة ومصادرها.

ثانياً: مرحلة تجميع الفكرة:

الآن وقد اتضحت لنا الفكرة ووقفنا على جذورها سنبدأ بعملية تجميع للفكرة عبر:

- الاستعانة بالرصيد المعرفي: وهنا لابد من التنبيه أن جودة المقالة وتميزها ترتبط ارتباطاً جذرياً ليس بما نسميه ثقافة الكاتب ومدى سعتها بل بقدرة الكاتب على توظيف ما لديه من معلومات في سياقها الصحيح، ولا شك أن الكثير منا لاحظ أن بعض الكتاب يتمتعون بثقافة واسعة ولديهم شغف في القراءة ويجيدون التحدث شفاهة لكنهم عاجزون عن تنزيلها في قالب مقالة فتبدو كتاباتهم ركيكة وشبه خاوية، وثمة العكس، كأن نجد كتاباً يجيدون الكتابة ولكنهم يعانون من القدرة على التعبير وطموحة اللغة والتحكم بجمالياتها.
- تحديد الأفكار الداعمة للفكرة بشكل مباشر بحيث تشكل أسانيد قوية يصعب تجاهلها، لكن في حالة غياب مثل هذه الأسانيد من المفضل أن نلجأ إلى مقاربة الفكرة بما يتوفر من أفكار أخرى قريبة.
- حشد البيانات والتصريحات والمعلومات القادرة على كشف الغموض المحيط بالفكرة والتي تهيئ، في الإطار الإعلامي، إلى مزيد من البحث والتقصي.

٢- منهجية النص:

من المعلوم أنه ما من نص يعتمد منهجية واضحة ومحددة ويحترم ثقافة جمهوره وعقولهم إلا ويكون نصاً متميزاً بغض النظر عن المحتوى، ومن المعلوم أيضاً أن المنهجية ليست أسلوباً في الكتابة كما يتراءى للبعض بقدر ما هي طريقة منضبطة في التفكير، لذا فالسؤال هو: كيف تكتب نصاً منضبطاً؟ أكيد أن

للصحافة لغتها وأساليبها وفنونها، لكن هذا لا يمنع أن يتقيد الكاتب بما هو أهم من فنون الكتابة، ونعني بذلك المنهج، فالمرحلتين السابقتين (التفكيك والتجميع) ليستا عمليتين يسيرتين كما قد يتصور البعض، فعن أي حشد للأفكار والمعلومات إذن نتحدث؟ وبأي وسائل وتقنيات يمكننا البناء؟ لا ريب أن المسألة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمنهجية المقالة هل هي مقارنة؟ أم توصيف؟ أم تحليل؟ أم نقد؟ أم استطلاع؟ وهكذا، إذ لا يمكن ان نحشد مثلاً عناصر نقدية في مقالة موضوعها وجوهرها هو المقارنة بين حدثين أو أمرين أو شيئين، ففي المقالة النقدية مثلاً نقوم باستجماع ما نستطيع من العناصر التي تدلل على نقاط الضعف في موضوع ما، أما في حالة المقالة المقارنة فإننا غالباً ما نبحث عن حشد العناصر المتشابهة في مواجهة العناصر المختلفة، أو البحث في أوجه التشابه والاختلاف، وهذا الأمر ينطبق على المبتدئين بالدرجة الأساس كي يتعلموا مهارات الكتابة بأقصى قدر من الانضباط، لكن من الممكن ملاحظة أكثر من منهجية في بعض المقالات وهذا جائز في العمل الصحفي، بل أن القارئ المتمرس يمكن أن يلاحظ أن مقالة ما قد استعملت منهجية المقارنة والتوصيف في آن واحد، ولا ريب أن مثل هذه المقالات يتمتع كتابها بقدرات عالية في المزج بين أكثر من منهجية واستعمال أكثر من أسلوب في الكتابة دون أن يؤدي ذلك إلى ثقل في النص، فالخبرة كافية لتطويع النص والموضوع بحيث تظهر جمالياته واضحة وشيقة في نفس الوقت.

أما فيما يتعلق بالوصف أو الاستطلاع فثمة خطأ شائع لدى الكثير يعتقد بموجبه أن الوصف هو صيغة نقل رتيبة على شاكلة "صف ما شاهدت" في حين أن أغلب المقالات التحليلية هي مقالات وصفية في الصميم، والحقيقة أن منهجية التوصيف بالغة الأهمية إذا انطلقنا من اعتبار أن التوصيف هو التشخيص الدقيق للموضوع، ولا شك أن هذا التعريف يمكّن من تقديم صورة واضحة وجلية للفكرة كونه يجمع بين الوصف والتحليل، وهي عملية مطابقة لما يقوم به الطبيب، فإذا نجح هذا في تشخيص المرض استطاع وصف العلاج وإلا فقد يهدم أكثر مما يبني.

إذن لما يكون السؤال "كيف"؟ فالجواب تفسيري، ولما يكون السؤال "لماذا"؟ فالجواب هو البحث عن الأسباب والعلل، ولما يكون المطلوب هو "التوصيف" فالجواب هو التشخيص والتحليل، ولما يكون المطلوب "مقارنة" فالجواب يكمن في البحث عن أوجه التشابه وأوجه الاختلاف، ولما يكون المطلوب "نقداً" فالجواب في البحث عن نقائض الأفكار ولما يكون المطلوب "ظاهرة اجتماعية" فالبحث هنا يكون عن الفوارق بين الظواهر، ولما تكون "ظاهرة سياسية" فالجواب هنا يتعلق بالوظيفة، ولما يكون المطلوب "شخصية" فالبحث يتركز على الدور الذي تلعبه، ولما يكون المطلوب مسألة " قانونية أو قضائية" فالبحث يتركز على العدالة، وهكذا فلكل سؤال جواب ولكل مقام مقال.

٣- قوة النص:

لا نظن أن قوة النص تكمن في طوله أو قصره كما تفرض وسائل الإعلام على الكاتب فتقيده بمساحة معينة، إذ أن بعض وسائل الإعلام تلجأ إلى تقسيم الموضوع على حلقات إذا وجدته مجدياً ويستحق النشر بكامله، فالإثارة والسبق الصحفي ومكانة الكاتب أو موقعه وغير ذلك كلها عناصر لها نصيب في اتخاذ القرار، لكن قرار النشر غالباً ما تفرضه جودة النص إلا إن كان هناك مانع سياسي أو أمني أو أيديولوجي كما هو شائع في البلاد العربية.

والحقيقة أن قوة النص تكمن أيضاً في ترتيبه المنهجي وفي أدواته، فالقارئ قد ينفر من النص لدى قراءته الجملة الأولى، وهذه مأساة الكاتب الذي يبتعد عن الإثارة ويفضل الرزانة، لكن هذا القصور غير الإرادي يمكن التعويض عنه عبر الاهتمام بالعنوان والصورة والعناوين الفرعية للنص، فهذه تشكل عناصر جاذبة للقارئ.

وحين الشروع في الكتابة من المفضل الاهتمام بالفقرات الأولى للنص

والتي تشكل الإطار العام الجامع له، وهذه الفقرات قد تشتمل على الموضوع والمشكلة والأسئلة الكبرى وكذلك على الافتراضات التي يطرحها الكاتب كمقدمة ينتظر القارئ أن يتلقى إجابة عليها في خاتمة النص.

أما في المتن فأياً كانت المنهجية المستعملة فإن السؤال يظل مصدر المعرفة، لذا فإن ترتيب الكاتب لموضوعات النص وأفكاره يعتمد بشكل كبير على إجادته لطرح الأسئلة في المكان المناسب لها والاستعداد للإجابة عليها، أما لماذا؟. فلأن تكرار طرح الأسئلة يفيد في:

(١) إثارة الفضول، وفي

(٢) كشف التناقضات، وفي

(٣) إضاءة الجوانب الخفية في الموضوع.

وفي مثل هذه الحالة فقد تحمل هذه الأسئلة رسالة معينة توجه القارئ أو الباحث إلى مكامن النقص والغموض في الفكرة موضوع النص بحيث يجري التنبه لها لاحقاً كلما تطورت الفكرة أو نضجت.

ثمة مسألة مهمة في سياق قوة النص وهي عدم كتابة أي جملة أو معلومة ما لم يكن الكاتب على ثقة بصحة محتواها، لكن المعلومات ذات الطابع الإجمالي (صحيحة في الإجمال ولكن بلا تفاصيل دقيقة) غالباً ما يلجأ الكتاب إلى استعمال عبارات احتمالية في توظيفها في النص، ويمكن أن يلجأ الكاتب في التعبير عنها بصيغة سؤال دون أن ينسبها لأي مصدر كان.

أما الشق الآخر من قوة النص فيتعلق بقدرة الكاتب على الإقناع، وهذه لا تأتي بكثرة الشهادات ولا الأسانيد ولا بقوة الحجج فقط بل بصراحة الكاتب وأمانته وحياديته فيما يكتب من جهة وما إذا كان يحترم عقول القراء من جهة ثانية، وبعبارة مختصرة تأتي من قوة البيان بدون أي مجاملات أو حسابات أيديولوجية، فهي الحقيقة.. فمن شاء فليأخذها ومن شاء فليرفضها، بالتأكيد لن يفلت الكاتب من الانتقاد على صراحته سواء في التوصيف أو النقد أو المقارنة أو أي منهجية أخرى يتبعها في كتاباته، ومع ذلك تبقى الصرامة المنهجية والعلمية هي

الحصن الحصين للكاتب في مواجهة مختلف ألوان الطيف الفكري، وهي على كل حال حالة طبيعية وليست استثناء.

ثمة أمر مهم في تماسك النص وهو الحدس، وهي تقنية منهجية استعملها بكثافة عالم الاجتماع الفرنسي بيير بورديو، أما لماذا يستعمل هذه التقنية فلأن بورديو يعتقد أن الحدس ينطوي على عناصر تفكير تقع في صميم العقل، وهي بمعنى آخر تعبير عن الذات وعن مستوى الرضا فيها تجاه أي سلوك تقوم به، وعليه فإن ميزة هذه التقنية أنها تمكن الكاتب من مراقبة نصه.

والتساؤل: هل هو متماسك؟ أم ضعيف؟ ولعل أطرف ما في بعض الكتابات أن أصحابها يقدمون نصاً يعتقدون أنه يعبر عن الأفكار التي يرغبون في إخراجها فيكون ما في عقولهم شيء وما كتبوه حقيقة شيء آخر، ولما تناقشهم فيما كتبوه يقولون لك العبارة الشهيرة الرتيبة: "أنا أقصد كذا وكذا"! وكأنهم يكتبون لذواتهم متناسين أن هناك قراء يطلعون على ما يكتبون ليسوا مستعدين لمتابعتهم طالما أصروا على هذا النوع من الكتابة، هؤلاء، ومنهم محسوبون على كبار الكتاب، يقعوا في هذا الخطأ عن جهل أو عن غير قصد لأنهم لم يعتادوا إخضاع نصوصهم للتحكيم الذاتي أو الحدس، وركنوا إلى مكانتهم.

٤- عقبات في النص:

لغة النص: تعتبر لغة النص أحد أهم العناصر الجاذبة فيه، وليست المشكلة التي نطرحها هنا تتصل بالأسلوب إن كان أدبياً أو علمياً، شعبياً أو نخبوياً، فلكل صحيفة كتابها ولكل كاتب أسلوبه وجمهوره، لكن المشكلة تكمن في التقيد بضوابط اللغة النحوية والصرفية والتعبيرية وفي تراكيب الجمل ونوعيتها من حيث الطول والقصر ومدى تمتعها بشحنات إعلامية جذابة وممتعة، والأكيد أن سلامة الإملاء تعني سلامة النص.

على أن الأخطاء الإملائية تهون، رغم إساءتها للنص، في مقابل الحقيقة المرة التي تجعل من بعض النصوص عالة على القارئ وهو يفتش عن جوهر النص أو عن

باقي جملة انتهى النص دون أن يجدها، لذا من الضروري الالتزام بالجانب اللغوي وهو يحسم بأن:

- كل جملة اسمية من اللازم أن يكون لها خبر وإلا فالنص ناقص وبلا فائدة ناهيك عن أن تكون له أي جاذبية أو متعة.
- وكل جملة تبتدئ بأداة شرط ينبغي أن يكون لها جوابه،
- وكل جملة قول يجب أن يكون لها بداية ونهاية،
- وكل جملة فعلية يجب أن تكتمل وتنتهي بنقطة،
- وكل جملة اعتراضية تثقل النص وتعيقه يجب التخلص منها،
- وكل فقرة ينبغي أن تكون قصيرة مرتبطة بما قبلها وتقدم إضافة لما سبقها.

وعليه فليس كافياً أن يتمتع الكاتب بلغة سليمة وقدرة على التعبير ما لم يحسن استخدام اللغة ويتقيد بلوازمها وينقاد لشروطها مرغماً، فحتى أولئك الذين يجيدون الكتابة تراهم يقعون في أخطاء فادحة في استخدامهم لحروف الجر أو للمتممات اللغوية في النص كأدوات الوصل وحروف العطف وأسماء التفضيل وغيرها، ويتقاعسون حتى عن الاهتمام بعلامات الترقيم والتوقف بحيث يبدو النص مختنقاً تارة أو هاوياً في واد سحيق تارة أخرى، وبعض هذه الأخطاء تقلب المعنى رأساً على عقب وتضيع النص وجواهره.

وللعلم فإن أول تقييم للكاتب دائماً ينطلق من اللغة، فمن منا لم يسمع بأن كاتباً ما لغته جيدة وذاك سقيمة؟ أما لماذا التركيز على اللغة فلأنها الأداة التي نقرأ ونتعلم ونحلم ونأكل ونشرب بها، وهي التي بواسطتها نبني تصورنا للحياة، وهي وسيلتنا للتفاهم والتطور والعلم والمعرفة، وهي (العربية بالذات) لغة القرآن والوحي، وهي اللغة التي تتسع لكل موجودات الجنة حيث لا عين رأت ولا أذن سمعت ولا خطر على قلب بشر، فهل يمكن لأي لغة أن تبدع مثلما هي اللغة العربية؟ وهل يصح أن تهون علينا كما هو حالها الآن؟.

بعض وسائل الإعلام وأكثرها ما زالت تصر على تعيين أساتذة لغة عربية مهمتهم التصحيح اللغوي لنصوص الكتاب، بل أنها توظف كتّاباً أو مديعين

تخرجوا من قسم اللغة العربية وليس من الصحافة، وهي محقة في ذلك خاصة وأن الصحفي من الضروري أن يكون ملمّاً باللغة وقادراً على التحدث بها بطلاقة والكتابة بسلاسة، لكن، في المقابل، ليس شرطاً أن يكون خريج الصحافة عالماً باللغة بقدر ما هو ملزَم بأن يكون ملمّاً بأساسياتها في الكتابة وإلا ستفقد نصوصه بريقها، ولا ريب أن النص السقيم لغوياً هو بالضرورة سقيم موضوعياً.

الجمل الاعتراضية:

أحسب أن كثيراً ممن صنفوا من كبار الكتاب فشلوا فشلاً ذريعاً في إثارة اهتمام القارئ أو دفعه إلى متابعة نصوصهم بانتظام ليس لأنهم محدودي الاطلاع أو أن كتاباتهم ذات لون معين يستهدف جمهوراً بعينه، بل لأن أسلوبهم يبعث على الملل والضجر وهم يحاولون حشو مقالاتهم بأقصى قدر من المعلومات والتحليلات في حيز ضيق، فتجدهم مثلاً يكثرون من التشويش على نسق النص عبر الجمل الاعتراضية، فلا يكاد يكتب جملة أو جملتين إلا ونراه يعترضها بنص يسبب نفوراً للقارئ وهو يبحث عن جوهر النص والأفكار الواردة فيه فلا يجدها إلا بعد عناء طويل وكأن المشكلة في اللغة وليس في الكاتب.

إذن ينبغي بداية تجنب اعتراض النص، فليس من المعقول أن نكتب نصاً ثلثه جملاً اعتراضية، فمهما كانت أهميتها في توضيح النص إلا أنها تظل جملاً قادرة على قطع النص من سياقه وتشتيت أفكاره، على أنه من الأهمية أن نذكر بعض الأمثلة على اعتراض النص من واقع الكتابة الصحفية خاصة أنها تتنوع وليست على شاكلة واحدة:

- ثمة جمل اعتراضية توضيحية تحشر في وسط الجملة أو الفكرة وتأتي ما بين شرطتين (- ...... -)، وهذه قد تطول وقد تقصر.

- جمل اعتراضية إنشائية الطابع ما من وظيفة لها إلا الخلط والإرباك والتخبط الذي يؤدي إلى توهان النص بحيث يخسر تسلسله وتناسقه وحتى أفكاره، هذه الجمل غالباً ما تستعمل بكثرة صيغة (الحيثيات والينبغيات واليجبيات وأدوات الوصل وهكذا)، ولا شك أن أسلوب الكتابة بهذه الطريقة هو الأسوأ خاصة وأنه يؤدي إلى الاسترسال المذموم، وهو أسلوب يشبه إلى حد كبير جداً شخص ما دخل متاهة معقدة وعجز عن تبين ملامح الخروج منها، وبدلاً من التراجع أمعن السير في أزقتها دون حساب إلى أين ستوصله، أو شخص ما ولّى مدبراً من خطر دون أن يلتفت خلفه فقطع مسافة لا تتناسب وحجم الخطر.
- جمل اعتراضية تكميلية غير محددة المعالم بحيث تبدو جزء من النص وهي ليست كذلك، لكنها تستهدف شرح ما يسبق الفكرة أو ما سيأتي بعدها، ثم يأتي الكاتب بعد أن قطع شوطاً طويلاً ليقول لقارئه: "لنعد على مسألة كذا وكذا".
- جمل اعتراضية تفسيرية تأتي بين معقفين (.......)، والفكرة هنا هي محاولة الكاتب الربط بين حدثين أو أكثر في غير الموضع المناسب، فالكاتب يعتقد أن الربط قد يقوي النص، بينما الحقيقة أنه قد يثقله، وقد يضيعه بأن تتغلب الفكرة التابعة على الفكرة المركزية فيضعف النص بدلاً من تقويته، كل هذه الجمل الاعتراضية وأمثالها ينبغي التقليل منها وإن أمكن الاستغناء عنها أو التفكير في جعلها جزء من النص ولكن غير اعتراضي.

المراسل الصحفي:

يعتبر المراسل من أهم المصادر التي تحصل من خلالها الصحف على الأنباء، وهو الوسيلة الأساسية للصحف في تحقيق التميز والسبق بالأنباء

وتغطية الأنباء من منظور متميز، ذلك أن الأنباء التي تبثها وكالات الأنباء هي مصدر مشاع لكل الصحف ووسائل الإعلام التي تشترك في وكالات الأنباء، ومن ثم فإن هذه الصحف لا تستطيع أن تحقق سبقاً صحفياً من خلال اعتمادها على وكالات الأنباء.. لكنها تستطيع تحقيق ذلك عن طريق مراسلها الخاص.

هذا بالإضافة إلى أن الأنباء التي تبثها وكالات الأنباء العالمية يتم صناعاتها من الفلسفة الإعلامية الغربية، هذا من ناحية، بالإضافة إلى إنها تراعي احتياجات المستقبل الغربي ولذلك فإن المراسل الصحفي الخاص للصحيفة أو للوسيلة الإعلامية هو الذي يستطيع أن يقوم بتغطية الأنباء وأخبارها طبقاً لتصوره لاحتياجات جمهوره واهتماماتهم، كما أنه هو الذي يستطيع أن يقدم تغطية أكثر عمقاً للأحداث، وأن يقدم خلفية الأحداث، ويقوم بتفسيرها.

بالإضافة إلى أن المراسل يقوم بتغطية الأنباء طبقاً للسياسة التحريرية لصحيفته، لكن المشكلة تكمن في الارتفاع المستمر لتكاليف إرسال المراسلين، ولذلك فقد اضطرت معظم الصحف الكبرى في العالم إلى تخفيض عدد مراسليها، وهو ما أثر تأثيراً سلبياً على قدرة هذه الصحف على خدمة الجمهور بتقديم معرفة أكثر تعمقاً من تلك التي تبثها وكالات الأنباء، ولذلك فقد تزايد الاعتماد حتى من جانب الصحف الكبرى في العالم على وكالات الأنباء خلال السبعينات والثمانينات، وأدى هذا إلى فقدان التميز في تغطية الصحف الإخبارية نتيجة لاعتمادها على مصدر واحد، وعدم قدرتها على تقديم التغطية الخلفية للأحداث، كما أدى ذلك إلى أن تصبح الصحف أدوات تعكس الرؤية نفسها التي تعكسها وكالات الأنباء الأربع الكبرى للأحداث، بما تحمله من تشويه للمعلومات، وتحيز في الكثير من الأحيان، ففي بريطانيا أدى تناقص الميزانيات المخصصة لتحرير الصحف من جانب ملاك الصحف الجدد إلى تناقص عدد المراسلين الخارجيين للصحف البريطانية

من ١١١ مراسلاً عام ١٩٦٥الى ٧٣ مراسلاً في عام ١٩٧٨ وذلك بنسبة ٣٥٪، وإذا كان ذلك قد حدث بالنسبة للصحافة البريطانية فإنه من المؤكد أنه قد حدث بشكل أكبر بالنسبة لكل الصحف في أنحاء العالم[1].

(1) صناعة الأخبار في العالم المعاصر: د. سليمان صالح

الفصل التاسع

كتابة الخبر الصحفي

تمثل الأخبار جانباً مهماً في عالم الإعلام في عالمنا المعاصر، وتبقى على الدوام السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم ذلك الكم الهائل منها الذي تتجاذبه وسائل الاتصال بمختلف أشكالها.

يمثل (الخبر) عنصراً أساسياً في تلك العملية الإعلامية، سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي.

إن صناعة الأخبار وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطوراً كبيراً في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، لذلك فقد أولى الباحثون، ومازالوا، هذا الموضوع أهمية خاصة انسجاماً مع تلك التطورات الكبيرة التي تشهدها الصحافة في نظرتنا إليها كعلم وفن وصناعة.

وفي هذا الفصل نأمل أن نساهم مساهمة جادة لولوج هذا المعترك بأطر علمية تواكب مستجداته، وإشاعة المفاهيم العلمية الحديثة في موضوعة (الخبر) وخاصة بين الجيل الجديد من الصحفيين لتكوّن معالم نشأتهم وفق معايير تأخذ بنظر الاعتبار ما تقدم.

إن التطور الهائل الذي شهدته الصحافة في توزيعها الواسع بالملايين وتنوع جمهورها، وما رافق ذلك من تحول وتغيير في الذوق العام، وتعدد الوسائل الإخبارية،

فقد امتد ليشمل العملية الكتابية ذاتها، وليجعل مفهوم (الخبر) موضع جدل جاد ونقاش حاسم تناولته مدارس مختلفة.

تعريف الخبر:

لم يعد الخبر الصحفي مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزة لها سماتها الخاصة، وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها إلى الجمهور.

إن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الاتصال والمعلوماتية وهكذا نجد العملية الإخبارية قد تعقدت تبعاً لعالم مليء بالصراعات المختلفة من إيديولوجية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية تركت أثرها واضحاً في العملية الإخبارية.

وقد شهد النصف الثاني من القرن الماضي ظهور أنماط جديدة من أساليب تحرير وكتابة الأخبار وتغيرت النظرة إلى الخبر تعريفاً ومفهوماً وأصبحت عملية إعداده صناعة متقنة ومعقدة تجاوزت الوصف الاعتيادي للأحداث الجارية لتصبح عملية دقيقة لها وسائلها وأساليبها وفلسفتها الخاصة.

وكثيراً ما كنا نقرأ في كتب الصحافة تعريفات للخبر تكاد تلتقي في مفهوم عام وهو أن الخبر وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام.

ومضت عقود طويلة ظل فيها هذا المفهوم العام راسخاً في أذهان كتاب الخبر والمحررين والمراسلين الذين وجدوا إن مهمتهم الصحفية تقوم على اطلاع القراء وتنويرهم بما يجري من أحداث.. فقد عرف فور تكليف الخبر ونشره عام ١٨٦٥ بأنه الإثارة والخروج عن المألوف.. فعندما يعض الكلب رجلاً فهذا ليس بخبر ولكن عندما يعض الرجل كلباً فهذا هو الخبر[1] ويرى نيل ماكتيل الذي عمل مساعد رئيس

---

(1) هوف جورج الابراق الصحفي شركة هفتن ملفن بوسطن ١٩٧٣ ص٢

التحرير للشؤون الخارجية في صحيفة نيويورك تايمز أن الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة[1] وعرف جيرالد جونسون الخبر بأنه وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر[2].

ويرى فرايزر بوند إن الخبر هو تقرير وقتي عن أي شيء مثير بالنسبة للإنسان والخبر الجيد هو الخبر الذي يثير اهتمام أكبر عدد من القراء[3] يعتبر خبراً مهماً[4].

أما عبد اللطيف حمزة فقد عرف الخبر بأنه الجديد الذي يتلهف القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة، وعرف د. عبد الستار جواد الخبر بأنه شيء لا نعرفه من قبل، شيء نسيته أو انك لم تفهمه[5].

ومن خلال التعاريف الكثيرة للخبر والتي أوردنا قسماً منها نستطيع أن نعرف الخبر بالاستناد إلى خبرتنا العملية بأنه: "تقرير عن حدث لم يكن معروفاً عند الناس من قبل جمع بدقة من مصادر موثوقة بصحتها على أن يقوم بكتابته محررون متخصصون في العمل الصحفي".

أو يعرف الخبر على أنه "تقرير يصف بدقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء ويستخدم في كثير من الوسائل مثل الصحف، المجلات، الإذاعات، المواقع الالكترونية وما شابه".

---

(1) ماكنيل- تعليم الصحافة طبعة شركة ماكميلان نيويورك ١٩٥٥ ص١١٢

(2) هوف جورج- الابراق الصحفي، مصدر سابق

(3) بوندف فرازر مقدمة للصحافة شركة ماكميلان- نيويورك ١٩٦١ ص٧٨

(4) نفس المصدر السابق.

(5) د. عبد الستار جواد- فن كتابة الاخبار- عمان ٢٠٠٢ ص ٤٣

وعرفه ماكدوجل بأنه/ تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي[1].

كما عرفه فارنس فاليز بأنه/ ذلك النوع الصحفي الذي يقوم بنقل معلومات معينة بشكل ملتزم حول وقائع ملموسة أو بعكس أحداث معينة بأسلوب مكثف وبأسرع طريقة ممكنة وينبغي أن يكون واقعياً وملتزماً ومقنعاً[2].

وعرفه جلال الدين الحمامصي بأنه/ كل خبر يرى بأنه جدير بأن يجمع ويطبع وينشر على الناس[3].

ويرى أديب خضور أن الخبر هو نوع صحفي مستقل يقدم وقائع دقيقة ومتوازنة وجديدة عن حدث يهم المجتمع[4].

أجزاء الخبر:

يتكون الخبر من ثلاثة أجزاء رئيسية هي:

١- المقدمة:

ويتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الثقل وصياغته في فقرة لا يتجاوز عدد كلماتها الثلاثين تتضمن ملخصاً للموضوع وتكشف عن هوية الأشخاص والأماكن من ذوي العلاقة وتبرز الطابع المميز للخبر وتعطي آخر التفاصيل عن الحدث وتثير اهتمام القارئ لمتابعة قراءة الخبر.

٢- تفاصيل أحداث الخبر:

---

(1) قيس اليسري- الخبر الصحفي دراسة نظرية وتطبيقات- بغداد- ودار الحكمة للنشر والتوزيع ١٩٨٧ ص١٢.

(2) أديب خضور- الخبر الصحفي- دمشق- مطابع دار البعث- ١٩٨٢ ص١٥.

(3) جلال الدين الحمامصي- المندوب الصحفي- القاهرة دار المعارف ١٩٩٣ ص٢٣

(4) تيسير ابو عرجه- الصحافة المعاصرة- الامارات المتحدة- دار الكتب الجامعي ١٩٩٩ ص١٢

وتتكون من أجزاء كل منها تشكل شريحة من الخبر تتناول جزء من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها.. أي نبدأ من الأهم ثم الأقل أهمية وهكذا.

٣- خلفيات الخبر:

وهي الأصول الرئيسية التي تسببت بوقوع الحدث أو تطوراته السابقة ويمكن تجزئه أوليات الحدث إلى فقرات تتضمن كل منها جزء من تلك الأوليات أو الأصول في وحدة متكاملة ويتم ترتيبها وفق الأهمية التنازلية لكل منها.

فالخبر الكامل هو الذي يعطي الإجابات الوافية والكاملة على الأسئلة الستة التالية:

١- من.. من الذي لعب الدور الأول في وقوع الحدث

٢- متى.. زمن وقوع الحدث.

٣- أين.. مكان وقوع الحدث

٤- ماذا.. ماذا حدث.

٥- كيف.. تفاصيل الحدث.

٦- لماذا.. أوليات أو خلفيات الحدث.

والإجابة عن الأسئلة الستة ليس من الضروري توافرها جميعاً في الخبر ولكن المحرر الصحفي يسعى دائماً لأن يتضمن خبره الإجابات على ما يستطيع من هذه الأسئلة.

كذلك ليس بالضرورة أن تكون لكل الأخبار خلفيات فهناك أخبار ليست لها أوليات سابقة وإن ذكرت هذه الأوليات وكانت معروفة لدى القراء فإنها تصبح غير ضرورية.

عناصر الخبر:

في كثير من الكتب المنهجية التي تدرس في المعاهد والجامعات في العالم تباينت عناصر أو شروط الخبر فقد ذكر الألماني كاسبر ستيلر في عام ١٦٩٥ العناصر التالية.

١- الجد والطرافة.

٢- قرب المكان.

٣- التأثير.

٤- الأهمية.

٥- السلبية.

ومن أكثر الدراسات التي تناولت عناصر الخبر جدلاً هو ما ذهب إليه كالتونك وماري روج في الدراسة التي نشرت في كتاب (صناعة الأخبار) لمؤلفيه كوهين ويونك.. وهذان الباحثان النرويجيان يريان أن هناك احتمالاً أكبر لنشر الأحداث إذا كانت تلبي أياً أو بعض أو عدة معايير من المعايير الآتية:

١- نسبة الحدث: وهي تتعلق بالوقت الذي يستغرقه وقوع الحدث بشكل يتناسب مع وقت الوسيلة الإخبارية فحادث اغتيال مثلاً أكثر جدارة صحفية من تقدم بطئ لأحد بلدان العالم الثالث.

٢- الضخامة: كلما كان الحدث أكبر كان أفضل وكلما كان دراماتيكياً كلما زادت قوة تأثيره وتحقيقه لما يسمى باندفاع الجمهور.

٣- الوضوح: كلما كانت الأحداث واضحة ومحددة كلما سهل على الجمهور ملاحظتها وسهل على المراسلين التعامل معها.

٤- الألفة: وهذه الخاصية الخبرية تتعلق بالجماعة وبالقرب الثقافي وبما يتناغم مع الجمهور المتلقي فالأشياء القريبة منا تعنينا أكثر من سواها.

٥- التماثل: هذا يعني درجة التقاء الأحداث مع توقعات الجمهور وتنبؤاته.

٦- الدهشة- المفاجأة. لابد أن يكون الحدث مفاجئاً وغير متوقعاً أو نادر ليكون الخبر جيداً.

٧- الاستمرارية: وهذه الخاصية تفترض أن يكون الخبر جديداً ليقع في عناوين الصحف ونشرات الأنباء وأن تستمر جدارته الصحفية حتى عندما تتضاءل ضخامته.

٨- التشكيل/ التركيب: إن الحاجة في تحقيق التوازن في نشر الأخبار تجعل المحرر أو الناشر يطرح بعض العناصر المتناقضة، مثل نشره بعض الأخبار المحلية إذا كانت غالبية الأخبار المنشورة في الصحيفة هي أخبار خارجية أو أن ينشر بعض الأخبار الحقيقة والمشوقة إذا كانت نسبة الأخبار التي تبعث على التشاؤم عالية[1].

وفي كتابة المشهور الرأي العام الذي صدر عام ١٩٢٢ ذكر وولتر ليبمان العناصر التالية[2]:

أ- وضوح الحدث.

ب- الغرابة والدهشة.

ج- القرب الجغرافي.

د- التأثير الشخصي.

هـ- الصراع.

---

(1) عبد الستار جواد فن كتابة الأخبار. مصدر سابق

(2) نفس المصدر السابق.

وقد سرد الباحثين العناصر الأساسية المعتمدة في صحافة العالم الثالث والتي تؤكد على التنمية الاقتصادية والثقافة الوطنية وإبراز صورة مشرقة عن العالم الثالث وهي[1]:

١- التنمية.

٢- المسؤولية الاجتماعية.

٣- التكامل الوطني.

٤- التثقيف.

٥- قرب المكان.

٦- الاهتمام الشخصي.

وتتجلى هذه العناصر في طريقة عرض الأخبار في صحافة العالم الثالث حيث يتم إبراز الأخبار الايجابية وإنشاء المشاريع والمصانع وحملات التطعيم ضد الأوبئة ومحو الأمية ونشاطات زعماء هذه الدول. كما يتم حجب أخبار العنف والجريمة والفساد والفضائح والسياسات الخاطئة.

وهناك عناصر تعتبر أساسية من الناحية العملية تدخل في تشكيل بنية الخبر وتتكامل داخل هيكله العام بشكل متجانس وهي:

١- أن يكون الخبر حقيقياً أي وقع فعلاً:

وبهذا يجب أن تكون المعلومات والوقائع والأسماء والأمكنة والتواريخ والأشخاص أو المؤسسات التي يتناولها الخبر دقيقة بأقصى ما يمكن وإن أي خلل في إيراد الواقعة الإخبارية من حيث دقتها يزلزل الخبر أساساً وينسف الثقة لدى الشخص المتلقي بالجهة التي أوردت الخبر.

---

(1) دليل الصحفي في العالم الثالث- ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨، ص٥٧.

٢- أن يكون مثيراً أو يهم أكبر عدد ممكن من الناس:

وهذا يعني إن الخبر لا يعطي الوقائع أو الحقائق جامدة أو بلغة روتينية بل انه يهتم بالملامح المشوقة بخصوص الوقائع التي ينطوي عليها.. ولكي تهم الأخبار أكبر عدد ممكن من الناس يفترض أن تعبر بالدرجة الأولى عن مصالحهم أو أفكارهم أو عواطفهم وعليه يجب أن تكون الأخبار واقعية تتضمن حقائق ملموسة صلبة قاطعة لكي تكسب اهتمام الناس.

٣- أن تكون لغته بسيطة وموجز لكنها متينة البناء:

إن هذه الميزة ضرورية للأخبار بما يجعلها قريبة إلى مدارك الناس وعقولهم وعلى العموم فان الصحفيين يكتبون بلغة يفهمها خريج الدراسة المتوسطة كمعدل.

٤- الجدة أو الحداثة:

إن عنصر الجدة أساسي للغاية في الأخبار فهي/ أي الأخبار/ تفقد ثقلها وأهميتها في الأغلب عندما تكون قديمة، وتمثل الجدة في الأخبار عنصر استقطاب اهتمام الشخص المتلقي (قارئ، مستمع، مشاهد).

وفي جو تنافسي بين الصحافة في الداخل أو مع الصحافة العربية والأجنبية يكون عنصر الجدة ذا أهمية قصوى لكسب التنافس فالشخص المتلقي يهمل طبعاً الصحيفة أو الإذاعة التي تقدم له أخباراً واردة ومعروفة.

نماذج الأخبار:

بالنظر لتعقد العملية الإخبارية وتعدد وجهات النظر إلى مفهوم الخبر في ضوء المعطيات العصرية الجديدة وما أفرزته صناعة الأخبار التي تمر بمرحلة حاسمة من التطور، فقد تدارس علماء الصحافة وكتاب الأخبار والباحثون الإعلاميون واقع الخبر في ظل المنافسة الصحفية والتحول الثقافي والاقتصادي والسياسي الذي يشهده العالم اليوم.

لقد عقدت عدة حلقات دراسية وندوات علمية في الولايات المتحدة وأوروبا وبعض دول العالم الثالث قدمت فيها دراسات ألقت شيئاً من الضوء الجديد على مفهوم الخبر وصناعته.

وقد خلص الباحثون إلى طرح أربعة نماذج للأخبار ذات ملامح وخصائص مميزه وتجسد نظرة حرفية متطورة للعملية الإخبارية وطرائق إعداد الأخبار لتكون صالحة للاستعمال من قبل وسائل الإعلام الإخبارية المختلفة.. وكل أنموذج من هذه النماذج يكشف عن القوى المؤثرة في صناعة الخبر ولكل واحد من هذه النماذج تأثيره ووقعه الخاص في غرف الأخبار لا بل حتى عند جمهورها.

١- *أنموذج المرآة:*

يذهب أنصار هذا الأنموذج إلى أن الخبر يعكس كمرآة واقعاً معيناً بل عليه أن يؤدي هذه المهمة.

فالصحفيون والمراسلون يراقبون ويتأملون من العالم الذي حولهم ويروون ما يشاهدونه بدقة وموضوعية قدر الإمكان مثلما تكون المرآة صادقة في عكس الصورة التي تقف أمامها.

انصار هذا الأنموذج يدافعون عن وجهة نظرهم بالقول نحن لا نصنع الخبر بل ننقله فقط[1].

ومعنى هذا إن القائمين بالأخبار ما هم إلا قناة معلوماتية ينتجها غيرهم وهم يعكسون إي شيء يقع عليه نظرهم وليس لهم أن يقوموا بصياغته بأي شكل من الأشكال[2].

(1) دوريس اي كتابر: الإعلام والسياسة الأمريكية واشنطن/ نشرة الكونغرس الربيعية ١٩٨٤ ص ٧

(2) اتجاهات الإعلام الغربي- دراسة في الإعلام الإنكلو أمريكي بغداد- دار الحرية ١٩٩٥ ص١٦

والواقع إن هذه الأنموذج للخبر تتميز بها وسائل الإعلام السكسونية أو الناطقة بالإنكليزية التي تعتمد الموضوعية في التغطيات الإخبارية ونقول بأن الصحفي يصف الحدث ولا يفسره ولا يشارك فيه.

٢- *الأنموذج الحرفي:*

أصحاب هذا الاتجاه من دارسي الأخبار ينظرون إلى صناعة الأخبار على إنها محاولة يقوم بها محترفون ماهرون يقومون بتوليف الأخبار التي يتم اختيارها حسب أهميتها واجتذابها لجمهور وسائل الإعلام ولأسباب اقتصادية، فان التوجه نحو الجمهور له الاعتبار الأول.. وهذا ما يجعل الجمهور الفيصل الأول في اختيار الموضوع أو الموضوعات التي تحظى بالنشر وهذا معناه إن جمهور وسائل الإعلام هم حراس البوابة فما يقبلونه يرى النور وما يرفضونه يهمل أو يموت.

ومن المعروف إن الصحفيين المحترفين تمرسوا في كيفية مخاطبة الجمهور وتلبية طلباته واجتذاب اهتمامه.. والصحفي المحترف يقاوم الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية التي تسعى إلى إخراج الخبر أو الموضوع بالشكل الذي يزيده خدمة لمصالحها وأهدافها ولكن ذلك يجلي في الأعراف الصحفية والتقاليد الراسخة في غرف الأخبار.. الصحفي المحترف يرى الخبر بضاعة متطورة خاضعة للمنافسة فضلاً عن كونه خدمة اجتماعية المستفيد الأول منها هو الجمهور.

إن أخلاقيات المهنة وتقاليد الصحافة العالية ومبادئ الاحتراف تعمل عملها في ذهن كاتب الخبر المحترف وهو يحول الأحداث إلى أخبار لها بناؤها وصياغتها ولها جمهورها الذي يتلهف لتلقيها.

٣- *الأنموذج المؤسساتي:*

يقوم هذا الأنموذج على نظرية المؤسسة وتقاليدها وتعليماتها وطرائق تعاملها مع الأحداث والأخبار.. ويرى أنصار هذا الأنموذج الإخباري إن اختيار الموضوع يبرر

من خلال الضغوط التي تخضع لها العمليات المؤسساتية، وأهدافها الإخبارية لها أهميتها الخاصة كذلك الضغوط التابعة من العمليات الفنية لإنتاج الأخبار واعتبارات الكلفة وربح الاتجاه نحو تحقيق الربح وتطبيق الأنظمة القانونية.

ويبرز الأثر المؤسساتي في الخبر من خلال الدليل الأسلوبي الذي تعتمده كل مؤسسه إخبارية أو صحفية واسعة الانتشار ويتضمن هذا الدليل الذي يسمى أحياناً كتاب اليد تعليمات لغوية وأسلوبية وطرائق معتمدة في التعامل مع الأحداث على اختلاف أنواعها وتقاليد الوسيلة الإخبارية في إعداد الأخبار وتوزيعها.

هناك بعض الصحف التي تعتمد الدليل الأسلوبي لوكالة أنباء اسوشييتد برس AP والذي ترك أثراً واضحاً في أسلوب كتابه الخبر، وقد توالت طباعته منذ الستينات وانتشر استخدامه في وسائل الإعلام المختلفة.

إن شيوع استخدام الدليل الأسلوبي إنما يدل على حرص المؤسسة الإخبارية والصحيفة على التمييز وإتقان صنعتها الإخبارية ومراعاة قواعد الكتابة والمعايير الأسلوبية وهذا المسعى في حد ذاته مؤشر على أن كتابة الأخبار أصبحت صناعة متقنة ودقيقة ولها خصائصها المميزة.

٤- *الأنموذج السياسي:*

يرى أتباع هذا الأنموذج من الأخبار إن الخبر في أي مكان هو نتاج الميول الإيديولوجية للقائم بالأخبار فضلاً عن ضغوط البيئة السياسية التي تعمل في ظلها المؤسسة الإخبارية.

فحين يكون المحيط السياسي ديمقراطية رأسمالية ذات توجهات تتعلق بالرعاية الاجتماعية فان هذه القاعدة الأيديولوجية تلقي بظلالها على النظرة إلى العالم بشكل منساب في تضاعف كل موضوع فعلي أو متخيل.. فأنصار النظام القائم مثلاً يصورون على أنهم أشخاص أخيار أما خصومه فهم سيئون وتقوم وسائل الإعلام بمتابعة الشخصيات ذات الشأن وكذلك المؤسسات الكبرى.

أما الخارجون عن النظام أو ذوو المواقع الدنيا فيتم إهمالهم عموماً.

ويتضح هذا الأنموذج في الأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام في الدول الاشتراكية حيث يكون هدف الخبر هو تشكيل الرأي العام وفق مبادئ الاشتراكية، وفي هذه الدول تكون مهمة الصحفي مساعدة الدولة أو الحزب الحاكم في تنفيذ السياسات التي تخدم الاشتراكية وتساعد في تنفيذ الثورة.

ففي الصين مثلاً ينظر للخبر على أنه معلومات تفيد الحكومة ومثل هذا يقال عن بقية بلدان العالم التي تتباين أنظمتها السياسية وثقافاتها العامة ولذلك يصح القول بان الخبر هو نتاج البيئة والتقاليد والأيديولوجيات السائدة.

والواقع إن النماذج الإخبارية الأربعة تجسد في نظرتها المختلفة تعقد العملية الإخبارية وتشابك العوامل المؤثرة في إعداد الخبر وتوزيعه في صيغته النهائية.. كما تصور كذلك النظرات المتباينة للخبر كبضاعة معروضة في السوق وكنوع من الخدمة الاجتماعية تقوم بها وسائل الإعلام وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن فن كتابة الخبر على درجة عالية من الدقة والمسؤولية وتقتضي مهارات وخبرات كبيرة قادرة على استيعاب أبعاد العملية الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها[1].

أهم صفات الخبر:

الخبر يحوي عدة مواصفات أو مؤشرات تحدد محتواه وهي:

- الصدق: على كاتب المقال أن ينقل الأخبار بصدق لاكتساب مصداقية في عين القارئ والمصدر في نفس الوقت.
- الدقة عنصر مهم في نقل الخبر لتجنب التبعات السلبية للنقل الغير سليم أو الغير واضح ولضمان استمرار تزويد المصدر المستقى منه الأخبار في المستقبل

---

(1) من كتاب د. عبد الستار جواد فن كتابة الأخبار. مصدر سابق

سوف يتعذر في المستقبل الاستسقاء من نفس المصدر إن لم يلمس الدقة في نقل الأخبار وتحريرها.

- الموضوعية: المقصود بالموضوعية هو نقل الخبر بجميع جوانبه سواء أكان الخبر مع أو ضد نظرة الكاتب (وهذه الصفة من الصعب الالتزام بها بشكل كامل).

- سياسة الصحيفة: لكل صحيفة أو أي منبر إعلامي سياسات ومصالح ورؤى يتحتم على الكاتب مراعاتها عند صياغة الخبر، مثال على ذلك الابتعاد عن النبرات الطائفية أو التمييز أو المحافظة على مصالح معينة عند بعض المؤسسات الخيرية أو التجارية بتجنب الكتابة في بعض المواضيع.

مصادر الخبر الصحفي:

يقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة التي تحصل من خلالها الوكالة أو الصحيفة على الخبر الصحفي. وهذا المصدر قد يكون شخصاً مثل كبار الشخصيات الرسمية أو الشعبية والاجتماعية أو كبار الشخصيات الأجنبية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية والإعلانات والنشرات الرسمية والشعبية والوزارات والهيئات والمؤسسات العامة والخاصة وغير ذلك من المصادر[1].

لهذا فيمكن إجمال مصادر الأخبار الصحيفة في المصادر التالية:

أولاً: المدوب الصحفي:

يعتبر المندوب الصحفي من أهم المصادر الإخبارية التي تميز وكالة أو صحيفة بما يحقق لها من النجاح والسبق الصحفي ويتوقف على جهوده وقدرته على العمل ما يحققه في هذا المجال.

---

(1) فاروق أبو زيد- فن الخبر الصحفي- دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة- القاهرة،١٩٨٥.

فعند تميز وكالة ما عن وكالة أخرى يعتمد في ذلك على جهود وثقافة وذكاء وإمكانية مندوبيها ومحرريها وكذلك بالنسبة لأي جريدة عندما تميزها عن جريدة أخرى فيها نفس المادة الصحفية ونفس المعلومات لكن تتميز بطريقة عمل مندوبيها ومحرريها وصياغتهم للخبر والأخبار الفريدة التي استطاع أن يحصل عليها وينفرد بها في جريدته.

وقوة النفوذ يرجع إلى نشاط المندوب الصحفي ومهارته في اكتساب صداقة الناس وهنا تدخل العلاقات وأهميتها في تحديد علاقات المندوب إضافة إلى ذكائه ومقدرته على تحمل مشاق العمل الصحفي يتوقف حصوله على الأخبار وعلى ما لديه من حاسة صحفية ورؤية صحيحة للأحداث المهمة.

ومن هنا نجد إن نجاح صحيفة دون غيرها إنما يتوقف على فاعليه مندوبيها في مناطق عملهم.

ولهذا فإننا نرى إن وكالات الأنباء والصحف والمجلات تضع العديد من الشروط عند اختيار المندوب الصحفي منها:

١- النظر والسمع الجيد.

٢- تدوين الملاحظات.

٣- إيجاد المعلومات.

٤- إثارة الأسئلة

٥- تدقيق المعلومات وتحديدها.

٦- تحليل وتفسير المعلومات.

٧- أن يكون سريع الحركة قادراً على أن ينتقل إلى أماكن الأحداث في وقت وقوعها في أسرع وقت.

٨- أن يكون قوي الملاحظة سريع البديهة يلتقط بإذنه وعينه ما لا يستطيع الإنسان العادي أن يلاحظه.

٩- أن يكون لديه موهبة الأسلوب[1].

ثانياً: وكالات الأنباء:

تعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين في جميع إنحاء العالم وهي بذلك توفر للصحف كمية كبيرة من الأخبار العالمية ما كانت تستطيع أي صحيفة الحصول عليها بوسائلها الذاتية(٢) لأنه لا توجد صحيفة في العالم مهما بلغت قوة إمكانياتها تستطيع أن تغطي جميع مناطق العالم بالمراسلين.

ومن أشهر وكالات الأنباء العالمية اليونايتد برس واسوشييتد برس الأمريكتين ووكالة الصحافة الفرنسية ورويترز.. وقد ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية العديد من وكالات الأنباء الوطنية بحيث يكاد يكون لكل دولة وكالة أنباء وطنية.

ثالثاً: الإذاعات المحلية والأجنبية:

تعتبر الإذاعات المحلية والأجنبية مصدراً هاماً من مصادر الأنباء وخاصة في تلك الدول التي تخضع فيها الإذاعة لإشراف الحكومة وسيطرتها حيث تعبر الإذاعة عن الاتجاهات الرسمية للدولة.

ولأهمية الإذاعات الأجنبية كمصدر للأخبار قامت الوكالات والصحف الكبرى بإنشاء قسم للاستماع يضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جداً وعن طريقها يتم استقبال وتسجيل ما تذيعه جميع محطات الإذاعة في العالم.

---

(1) نفس المصدر السابق.

(2) دنيس مور: كل الأنباء الملائمة. لندن ١٩٨٢ ص ٢٢

رابعاً: الصحف المحلية والأجنبية:

في أحيان كثيرة تنفرد بعض الصحف أو المجلات المحلية أو الأجنبية بنشر خبر هام أو وثيقة خطيرة قد تنقلها الصحف الأخرى أو تتوسع فيها وتضيف إليها من مصادرها الخاصة أو انفرادها بإجراء عدد من الأحاديث الصحفية مع الزعماء المحليين أو الأجانب وقد يحوي الحديث تصريحات هامة ترى بعض الصحف الأخرى نقلها عنها.

خامساً: النشرات:

للعديد من الوزارات والمصالح الحكومية والشعبية والهيئات الدولية والسفارات والمكاتب الثقافية والصحفية والمحلية والأجنبية نشرات خاصة تصدر دورية أو بشكل غير منتظم تضمنها أخبار الجهة التي تصدر عنها.. هذه النشرات قد تكون في بعض الحالات مصدراً للعديد من الأخبار الصحفية الهامة.

سادساً: المؤتمر الصحفي:

المؤتمر الصحفي مصدر للأخبار التي تدلي بها إحدى الشخصيات في حضور أكثر من صحفي لشرح سياسة جديدة أو قوانين أو مناقشة قضية تهم الرأي العام.

والمؤتمرات الصحفية يعقدها كبار المسؤولين أو الوزراء أو الرؤساء أو الزعماء حين تكون هناك حاجة عاجلة لشرح سياسة معينة أمام أكبر عدد من الصحفيين لكي تصل حقائق الموضوع إلى نسبة كبيرة من الرأي العام الذي تخاطبه الصحف التي يمثلونها.. كذلك فإن الحاجة إلى عقد المؤتمر الصحفي تكون في حالة صعوبة قيام المسؤول بمقابلة كل صحفي على حدة وهذا يحدث كثيراً أثناء زيارات الملوك أو الرؤساء أو كبار الشخصيات السياسية لبعض البلاد والأجنبية حيث لا تمكنهم فترة الزيارة القصيرة من مقابلة كل الصحفيين الذين يطلبون تحديد مواعيد لإجراء أحاديث صحفية لجرائدهم عندئذ يكون المؤتمر الصحفي هو الحل البديل.

سابعاً: الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:

هناك العديد من الأخبار التي تحصل عليها الصحف تأتي من الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم والنقابات العمالية والمهنية والمستشفيات واستوديوهات الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح والفنادق والملاهي والمطارات ووسائل النقل.

ثامناً: مصادر أخرى:

إن المصادر التي سبق ذكرها هي ليست وحدها المصادر الإخبارية فهناك مصادر للأخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية ومن هذه المصادر.

أ- أصدقاء وزملاء ومعاونو الشخصيات البارزة في المجتمع.
ب- الحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية.
ج- المجلات المتخصصة.
د- الإعلانات.
هـ- رسائل القراء.
و- الإشاعات والأخبار غير المؤكدة.
ز- الصدفة فإن كثيراً من الأخبار الهامة قد يقع عليها الصحفي في حياته اليومية دون أن يكون قد خطط للحصول عليها.

الفصل العاشر

تحرير الخبر

تحرير الخبر يعد عنصراً أساسياً في صناعتها ما دامت وسائل الإعلام المختلفة تتعامل مع السيل المتدفق من الأخبار حسب فلسفتها وطبيعة جمهورها ومواعيد صدورها.

فالخبر الذي يصل القارئ والمستمع والمشاهد يشبه أي بضاعة أخرى وصلت إلى السوق أو أيدي الزبائن بعد أن مرت بمراحل تصنيع مختلفة.. فبعد أن يصل الخبر إلى مكاتب التحرير وأقسام الأخبار يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه أقلام مختلفة بالتشذيب والصقل وإعادة الصياغة.

إن التنافس بين وسائل الإعلام الإخبارية لتقديم أفضل الخدمات لزبائنها قد جعلها تتسابق في ابتداع الأساليب الحديثة التي تجذب اهتمام الجمهور بمادتها الشفافة.. وكانت عملية التحرير هي الميدان الرئيسي الذي يجري فيه التنافس وهكذا فقد أخذت كل صحيفة أو إذاعة أو شبكة إخبارية تتبنى أسلوباً أو صياغة مميزة لأخبارها وقد أدى هذا إلى وجود قوالب صحفية جديدة ولغة إخبارية لها خصائصها المميزة التي تقتضي من محرر الأخبار مهارة لغوية عالية لالتقاط الألفاظ والعبارات المناسبة للغة المقصودة.

ولما كان العمل الصحفي ككل فن يعتمد على الذوق السليم المبدع والموهبة الفطرية مقروناً بالثقافة الواسعة بشكل تزاوجها مع بعضها القدرة المتمكنة ضمن الإطار العام مع الالتزام بالقواعد والأسس الآتية:

١- يتحتم على المحرر الصحفي أن يستوعب الموضوع استيعاباً كاملاً بكل دقائقه قبل الشروع بالكتابة.

٢ أن يعطي الموضوع حجمه الطبيعي دون تهويل أو إنقاص وتجنب السرد الدرامي العنيف والمفتعل بل التناول الموضوعي الهادئ.

٣- أن يتم إعطاء المفردات اللغوية اللازمة والمناسبة للتعبير عن الموضوع بوضوح كامل وبأقل عدد من الكلمات التي تستطيع أن تترجم الأحاسيس والحقائق المراد التعبير عنها وفق مبدأ (خير الكلام ما قل ودل).

٤- في التعامل مع أخبار الشخصيات يتوجب أن تكون هناك حدود معينة تميز المستويات الوظيفية والمواقع القيادية لهذه الشخصيات.. فمثلاً الصيغة التي نتناول فيها خبراً يتعلق برؤساء الوزارات هي غير الصيغة في تناول خبر يتعلق بأحد المسؤولين الآخرين وما دونهم من مواقع.

٥- العمل الصحفي يقبل التحرك المرن الواسع في نطاق غير محدود وهذه الميزة توفر حرية العمل للمحرر الصحفي في إبداع متناه دون تقييد سوى المبادئ والأسس العامة السالفة الذكر.

ولابد من الإشارة إلى أن تحرير الأخبار في الصحافة الكبرى والمتقدمة يتم على أيدي ثلاثة أنواع من المحررين:

أ- المحرر معيد الكتابة: وتتلخص مهمته في إعادة الأخبار وفق الهياكل الضرورية وتخليصها من الأخطاء اللغوية والسياسية والصحفية وإعدادها لتكون جاهزة أمام المحرر.

ب- المحرر: المحرر هو الذي يضع الأخبار بصيغتها شبه النهائية لتكون جاهزة للبث أو النشر فهو معروف بكفاءاته الصحفية ومقدرته على بناء الخبر بناء محكماً.

ج- المحرر الذواق: إن هذا النوع النادر من المحررين متميز فعلاً ومهمته تنحصر في مراجعة الأخبار والتقارير الإخبارية ليحذف منها أو يستبدل الكلمات والتعابير غير اللائقة أو تمس المشاعر العامة والذوق العام.

إن الصحافة الملتزمة أو الجادة تبتعد عن عنصر الإثارة كأسلوب سهل ورخيص في كسب المتلقي بما ينطوي عليه من مداعبه الأحاسيس والنوازع التي تتصف بالحيوانية أو التفاهة لكن هذا الابتعاد ينبغي أن لا يشمل الأحاسيس والنوازع الإنسانية المشرقة والمتقدمة.

فالأخبار التي تثير المشاعر الإنسانية تبعد صناعة الأخبار عن الجمود واللغة والاصطناع.. كما أنها تنمي شخصية المتلقي وتترك آفاق الحياة مفتوحة أمامه.

وعملياً فإن الأخبار الموجزة والقصيرة مقروءة أكثر من الأخبار والتقارير الإخبارية المطولة لأن قراءتها سهلة مما يجعلها في مقدمة المواد الصحفية التي يشغف القارئ بمتابعتها ولما كانت الصحافة شأنها شأن الفنون الأخرى فهي من أكثر الفنون تطوراً بحكم طبيعتها القائمة على رصد حركة الشارع ومسيرة الأحداث ومواكبة التطورات في مجالات الحياة كافة.. إن هذه الطبيعة الخاصة للصحافة جعلتها مرآة جلية تجسد الواقع المتغير وترصد ملامحه المميزة بدقة وموضوعية فعكست لنا التحولات الكبرى التي شهدها المجتمع بأساليب متنوعة تتناسب مع هذا التحول وطرائق التعبير عنه.. وقد أكد الكتّاب والمحررون منذ البداية إن الصحافة حرفة مادتها الكتابة ولذلك كانت العناية بالمفردة الدقيقة المنتقاة وبالعبارة المجسدة للمعنى وبالبلاغة الواضحة التي تجعل الجملة الصحفية تؤدي مهمتها في إيصال المعلومة إلى القارئ بوضوح.

إن ضرورة التنوع والتجدد هذه دفعت كتاب الأخبار والمراسلين والمحررين إلى التفتيش عن أفضل الوسائل والأساليب في صياغة الأخبار بشكل يواكب التحول في الذوق العام للقراء وفي فنون الصحافة ذاتها.. ومن هذا المنطلق تعرضت الأساليب القديمة إلى هزة قوية نفضت عنها الغبار ووضعتها وجهاً لوجه أمام مسيرة التطور والتجدد والتنوع فظهرت أنماط وأساليب وقواعد جديدة منها ما هو مبتدع جديد ومنها ما هو شكل متطور عن شكل قديم.

فالقوالب الصحفية الجديدة لم تنسف القوالب القديمة مرة واحدة بل أضافت لها طرائق مستحدثة تناسب اهتمام القارئ المعاصر. كذلك أبقى هذا التجديد على القوالب التي ما زالت هناك حاجة لاستخدامها مثل قالب الهرم المعكوس وقالب التتابع الزمني إلا أن مجالات استخدام هذه القوالب أصبحت أكثر تحديداً.. ومن أجل رسم صورة واضحة عن تطور كتابة الأخبار وتنوع أساليب عرضها في الصحافة العالمية سنلقي الضوء على قوالب الخبر ووصف ملامحها وخصائصها.

قوالب الخبر:

أ - قالب الهرم المعكوس:

إن هيكل الهرم المعكوس الذي يمثل قاعدة الأهمية المتناقصة هو الأكثر أهمية أو الأكثر توظيفا في كتابة الأخبار وهو هيكل حيوي للغاية لذا فان بناء الخبر وفق الأهمية المتناقصة وضمن هيكل الهرم المعكوس يوفر للمتلقي عناء إرهاق ذهنه للوصول إلى الأمور الجوهرية في الأخبار ونحن نسهل له هذا المهمة في مقدمة إخبارية مركزة ونترك له حرية المتابعة أو إهمال الخبر.

وبلا شك فان بناء الأخبار وفق الأهمية المتناقصة يتطلب جدارة عالية في تحرير الأخبار ويتوجب على المحرر السيطرة على سيل المعلومات الإخبارية وإعادة ترتيبها.. ولديه القدرة على اختصار ما هو أقل أهمية وبث روح التشويق في أخباره.

إن هيكل الهرم المعكوس هو في نظرنا الهيكل الأكثر أهمية في التعبير وفي التأثير وهو كذلك الهيكل السائد في أخبار الصحف ووكالات الأنباء ويرجع شيوع هذا القالب لسببين:

١) انه أقدر الوسائل على نقل المعلومات، فالناس عادة لا ينفقون الكثير من الوقت لقراءة الأخبار بل يكتفون في كثير من الأحيان بقراءة الجمل الأولى من الخبر أو المقال قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة.. وقد تعلم كتاب

الأخبار ومحرروها هذه الطريقة خدمة لقرائهم وأدرك القراء إن أهم المعلومات توضع في البداية والأقل أهمية في نهايات الموضوعات.

٢) إن المساحة المخصصة للخبر أو المقال تشكل دائماً مشكلة بالنسبة للصحيفة فإذا كانت الأخبار قد صيغت ضمن هذا القالب أصبح من السهل اختصارها تدريجياً من أسفل الهرم وحسب الأهمية والاهتمام وطبيعة المطبوع وهكذا يستطيع المحرر اختزال خبر معين من الأسفل دون الإضرار بجوهر الموضوع.

ويرى هاو بأن قالب الهرم المعكوس هو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة وغير المعقدة([1]).

٢ – *قالب التتابع الزمني:*

يعد هذا القالب من أقدم الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحافة في تغطية الأحداث بالشكل الذي وقعت فيه.. وقد استعارت الصحافة الأخبارية هذا القالب من المجلات حيث المقالات فيها تتسم بالطابع السردي الذي يمكن كاتب الخبر البارع من حكاية قصة خبرية جيدة.

وغالباً ما يستخدم إسلوب التتابع الزمني في المقالات خاصة تلك التي تسجل تجارب المتحدث أو ما يسرده المتكلم الذي يسجل مغامراته وتجاربه.. كما أنه يوفر لكاتب الخبر فرصة فريدة حين يراد توضيح فعل معين إضافة إلى انه قالب سهل الفهم ومن الممكن أن يكون موجزاً أو تفصيلياً وهذا راجع إلى إن بعض الأخبار تكون ممتعة جداً بحيث تستدعي كتابتها سمة من الوقت حيث
تعرض المعلومات ويتم سرد الحدث.

٣– *القالب التشويقي:*

يعتبر هذا القالب على نقيض قالب الهرم المعكوس لأن أهم عنصر في الخبر يأتي في النهاية وليس البداية ويتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية الموضوع.

([1]) جورج. إي. هوفس. كتابة الأخبار بوسطن ١٩٩٥ ص ٤٥

وفي بعض الأحيان تأتي القصة الخبرية التي تكتب بالأسلوب التشويقي وفق القالب الترتيبي تقريباً لأنه من أكثر الأساليب تشويقاً في رواية الخبر.

٤- قالب السرد المباشر:

دخل هذا القالب الصحفي الجريدة اليومية قادماً من عالم المجلة وإسلوبها المميز وعلى القارئ أن يتابع الموضوع من البداية حتى النهاية لكي يعرف ما يتحدث عنه الكاتب.

وقالب السرد المباشر الذي يروي الموضوع من بدايته المنطقية إلى نهاية المنطقية لم يستخدم في الصحافة إلا نادراً.

٥- القالب التجميعي:

إن القالب التجميعي يستخدم لجمع موضوعات أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل الخبر على شكل فقرات متساوية الأهمية.

٦- قالب الدورق:

وهذا القالب متفرع عن قالب الهرم حيث يتم وضع المادة الصحفية معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل دورق الشراب.

ويستخدم هذه القالب في أخبار الحوادث غير الاعتيادية حيث هناك حاجة إلى تفصيلات عديدة تحتاج إلى نسج دقيق وعلى الكاتب أن يستطلع قدراته على ذلك وأن يتأكد من أن هذا القالب هو الفريد لمثل هذه الأحداث.

٧- بيضة الإوزة:

إن بيضة الإوزة هو قالب قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تكشف الأحداث ويجري إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي نجده في النهاية.

ويحتم هذا القالب على الكاتب وضع معلومات مهمة في قصته وخلفيات للأحداث وإيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية ذات نهاية مشوقة وبداية

جذابة أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ بداية نقطة يراها الكاتب مناسبة لانطلاقته القصصية.

٨- القالب الماسي:

يتميز هذا القالب بوجود مقدمة سردية وغالباً ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية وهي الفقرة التي تبرز عندها النقطة الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها (فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام.

إن الفقرة الجوهرية والفقرة المهمة تؤديان إلى شكل الهرم المعكوس حيث تناقش القضايا ذات الصلة وخلفية الموضوع بتسلسل وحسب أهميتها وقد انتشر هذا القالب في الصحافة الأوروبية لاسيما الأسبوعية التي تعد أخبارها في سعة من الوقت وتنشر لكتاب عرفوا بأساليبهم المشوقة وسعة اطلاعهم وقدراتهم على استخدام النوادر في نسيج الأخبار.

٩- قالب الأحداث المتوقعة:

ذكر جورج هاو([1]) أن هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس بوجود مقدمة تلخيصية ثم التفصيلات التي ترتب بشكل منتظم ويؤكد على عنصري المكان والزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثاً سابقة وتكون على شكل أخبار قصيرة.

ويستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبيل:

١) الإعلانات الروتينية.

٢) الأحداث المبرمجة.

٣) البرامج.

٤) الاجتماعات.

([1]) جورج هوقس، كتابة الأخبار ص١١٧، مصدر سابق

مكونات الخبر:

يتكون الخبر من عدة أجزاء أساسية وهي:

- العنوان: قد يتكون العنوان من عدة جمل بعضها عناوين رئيسية وبعضها عناوين فرعية أو ثانوية ويجب أن يحتوي العنوان أهم المواضيع للقارئ المحلي (فالقراء في غالبهم قراء عناوين).
- المقدمة: وهي ملخص بسيط يحتوي على أهم العناصر في الموضوع وبعض تفاصيل الخبر الذي حمله عنوان الخبر (متوسط طول المقدمة ٨ أسطر).
- هيكل الخبر: وهذا الجزء يحوي مزيد من التفاصيل عن الخبر.

ملاحظة: المواضيع تنقسم لعدة أقسام منها الأخبار والتقارير (بسيطة أو مطولة كانت) ومنها التحقيقات ومنها المقالات ولكل منها خصائص تختلف عن الآخر فالخبر والتقرير ينقل لنا أمور الأخبار كما هي والتحقيقات تحتوي إلى جانب رأي المختصين وأصحاب التجارب تحليلات ورؤى الكاتب وإن لم تكن تكتب كرأي شخصي أما في المقالات فهي ترسم رؤى الكاتب ونظرته الشخصية للأمور، وفي العادة يتدرج الكاتب من كتابة الخبر والتقرير للتحقيقات وصولاً لكتابة المقالات والأعمدة ولكل نوع من هذه الأنواع مكونات تختلف عن الآخر في أساليب الكتابة.

أجزاء الخبر الصحفي:

الخبر الصحفي يجب أن يحتوي على عدة أجزاء تكمل فهم الموضوع من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ماذا: وهو أهم جزء من أجزاء الخبر يصف ما هو الحدث نفسه.
- من: وبهذا الجزء يتم تحديد الجهة أو الشخصيات القائمة على الحدث
- أين: موقع الحدث أو المقر.

متى: عنصر الوقت مهم وتختلف أهمية عنصر الوقت عند الكتابة عن خبر سيحدث حيث أن الوقت مهم هنا أو عند كتابة تقرير عن حدث قد انتهى فاليوم هنا يكفي ولا حاجة لذكر تفاصيل كثيرة عن الوقت هنا

- لماذا: الهدف والغرض من الفعالية أو الحدث يساعد في نقل الصورة الكاملة عن الموضوع.
- كيف: الكيفية مهمة للأحداث والحوادث التي تحتاج لبعض التفاصيل ككيفية وقوع حادث أو حدث ما ولا تكون جزء من الخبر في بعض الأخبار التي لا تحتوي على تفاصيل.

أهم أشكال الخبر الصحفي:

أكثر طرق تكوين الخبر الصحفي انتشاراً هي طريقة الهرم المقلوب حيث توزع التفاصيل بحسب الأهمية كما يلي:

- الأهم: لب الموضوع أو ما يميزه.
- المهم.
- الأقل أهمية.
- غير المهم: كمعلومات عن ندوات سابقة مشابهة أو بعض المعلومات الإضافية عن الجهة المنظمة أو تاريخ هذه الفعاليات (ويمكن الاستغناء عنها أو إضافتها للخبر عند الحاجة).

كيف نصوغ الخبر؟

الخبر الصحفي يجب أن يحتوي على أجزاء الخبر آنفة الذكر، كما أن استخدام ألفاظ متكررة في نفس الخبر يجعل منه خبراً ركيكاً من الناحية الفنية فيفضل التقليل من استعمال الأفعال واستخدام عبارات الربط المناسبة (من جانب آخر، إلى ذلك، ومن جانبه...) حيث أنها تقلل من تكرار استخدام نفس الأفعال في الخبر، وفي نهاية الخبر يمكن استعمال خاتمة مناسبة للخبر والخاتمات يمكن أن

تكون خاتمة مغلقة أو خاتمة الخلاصة (الخاتمة المغلقة هي الخاتمة التي تنهي الموضوع بتساؤلات واستفهامات تشد القارئ لمزيد من التشوق لمتابعة الأحداث والكتابات المتعلقة بالموضوع أما الخاتمة الخلاصة فهي تنهي الخبر بشكل يشعر القارئ بأنه حصل على كل ما يريد معرفته عن موضوع الخبر).

الفصل الحادي عشر

الخبر الإلكتروني

إن التكنولوجيا الحديثة قد خلقت وسائل جديدة وأوجدت أعمالاً إضافية للصحفي بحيث أصبحت الكتابة الإخبارية للوسائل الالكترونية حقلاً كبيراً يوفر المزيد من فرص العمل لمن يريد أن يؤسس محطة أو نظام بث كابلي.

فالجريدة والمجلة ظلتا تتحكمان بشكل الأخبار التي تصل إلى الجمهور قرابة قرنين من الزمن ولكن الثورة الالكترونية في مجال الاتصالات أخذت تستقل تدريجياً وتؤسس لها تقاليد وقوالب خاصة تنسجم مع طبيعة الوسيلة الالكترونية الجديدة وخصائصها المميزة حتى أصبح لدينا اليوم خبراً إذاعياً وآخر تلفزيوني يتميز عنه ببعض الخصائص التي تستدعيها وسيلة التلفزيون.

إن الإذاعة منذ نشوئها والتلفزيون ظلتا تستخدمان أساليب الجريدة في معالجة الأخبار لأن كتابها ومحرريها جاءوا إليها من الصحافة أصلاً ونقلوا معهم الإرث الإخباري القديم إلى أن بدأت الأخبار الإذاعية والتلفزيونية تقترب من جمهورها وتسعى لتلبية حاجاته ومواجهة خصوصياته.

إن ما يكتب للجريدة يخاطب القارئ وليس المستمع وهذا مالا ينسجم تمام الانسجام مع فن الكتابة للأذن الذي استحوذ على طرائق إعداد الخبر الالكتروني وتأسيس بخصائصه ومميزاته التي تضع المستمع والمشاهد في أولى الاعتبارات

وحين ظهر الراديو في العشرينات والتلفزيون في الثلاثينات كانت أخبارهما تكتب من قبل أناس تلقوا تدريبهم في تراث الصحيفة ولكن أصبح من الواضح

بالتدريج أن خبر الإذاعة ليس من الواجب أن يكون أحد موضوعات الجريدة التي تتلى تلاوة فالمستمع لا يستطيع أن يقلب ويختار من بين موضوعات الإذاعة ففي الإذاعة والتلفزيون الاختصار من الأسفل كما في قالب الهرم المعكوس يعني إلغاء الموضوع كلياً.

وهذا يعني أن خبر الإذاعة لكي يجتذب المستمع يجب أن يكتب بطريقة جادة تناسب جمهور المستمعين ومستوياتهم المختلفة فمن الأسهل على الأطفال وغير المتعلمين وفاقدي البصر أن يحصلوا على المعرفة عن طريق آذانهم وهناك كثيرون يجدون إن الأذن هي السبيل الأفضل لتلقي المعلومات فالحاجة إلى مخاطبة الأذن في الخبر الإذاعي لم تخلق من هذا الخبر جنساً غريباً بل أن هذه الحاجة أكدت على خصائص معينة فرضتها طبيعة الوسيلة الإعلامية الجديدة ومستلزمات أدائها، كما أن كاتب الأخبار الإذاعية أو التلفزيونية يستحسن أن يكون قد أتقن أصول كتابة وتحرير أخبار الجريدة اليومية لأن هذه الأصول تفرض حضورها في كل نشرة أخبار إذاعية وتلفزيونية وهناك تشابه وثيق بين الراديو والجريدة بحيث أن كاتب التعليق الإذاعي يسمى في أدبيات الإذاعة والتلفزيون كاتب الافتتاحية على الأثير ويعرف التلفزيون أحياناً بأنه جريدة الهواء المصورة.. ورغم التشابه الكبير الا أن هناك فروقاً أساسية بين الأسلوب الصحفي والأسلوب الإذاعي والتلفزيوني واهم هذه الفروق:

١) في أخبار الإذاعة والتلفزيون يتم تجنب البنية المعكوسة للجملة.

٢) تكون الجملة قصيرة جداً في الأسلوب الالكتروني.

٣) في الخبر الالكتروني يكون الفعل قريباً من فاعله قدر الإمكان.

٤) التعريف بالأشخاص القائمين بذكر الأسماء والوظائف والأعمار يأتي قبل الاسم في الأخبار الالكترونية.

قواعد كتابة الخبر الالكتروني:

هناك تشابه كبير بين الخبر الإذاعي والخبر التلفزيوني ذلك ان الإذاعة قد سبقت الشاشة الصغيرة في تقديم الأخبار بحوالي عقدين من الزمن واستطاعت أن تؤسس تقاليدها وممارساتها الصحفية وتطور لها أسلوبا مميزاً عن أسلوب الجريدة.. وحين ظهر التلفزيون أفاد كثيراً من الفن الإذاعي الذي يشترك معه في مخاطبة الأذن.. وهنا تستطيع القول إن الخبر التلفزيوني يعتمد كثيراً على قواعد كتابة الأخبار الإذاعية مع الأخذ بنظر الحسبان وظيفة الصورة ومكانتها العظيمة في النشرة الإخبارية وأبرز قواعد كتابة الأخبار الإذاعية هي:

١- الجمل قصيرة وبسيطة

٢- يذكر الفاعل مع فعله سوية إذا أمكن.

٣- عدم استخدام الجمل المعقدة والكلمات النادرة.

٤- في الخبر الإذاعي الكلمات كتبت لكي تقرأ ولذلك لابد أن تكون سهلة النطق.

٥- استخدام أقل ما يمكن من الضمائر.

٦- حداثة الخبر الإذاعي.

٧- في الخبر الإذاعي تستخدم عبارة وصيغة قبل الاسم.

٨- لا تبدأ الجملة بمقتبس في الإخبار الإذاعية ولا يترك اسم المصدر في نهاية المقتبس.

٩- لا تبدأ الجملة بالإحصاءات وكثرة الأرقام.

١٠- استخدام المبني للمعلوم.

١١- الحذر من تغطية أخبار الجريمة.

أما الخبر التلفزيوني فشأنه شأن خبر الراديو لم يكتب لكي يمكن اختزاله من النهاية أو من أي نقطة أخرى بل انه وحدة متماسكة وبناء معلوم متجانس الأجزاء له مقدمة ومتن وخاتمة وإذا حذف أي جزء منه يصبح لا معنى له تماماً مثلما لو حذف الفصل الأخير من مسرحية متقنة الصياغة.. ووجود الصورة إلى جانب الكلام الموجز الذي يرافقها قد جعل كاتب الخبر التلفزيوني يتوخى الإيجاز بأقصى درجاته ولكن هذا الإيجاز يجب أن يكون وافياً وهذا يعني أن على كاتب الخبر التلفزيوني أن يدع الصورة تصف الحدث لجمهور المشاهدين.. وهذا يعني أن خصائص الخبر الإذاعي هي ذاتها خصائص الخبر التلفزيوني الذي كتب للمشاهدين وليس للمستمعين فقط حيث تؤدي الصورة مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع، ومن أهم النقاط الأساسية التي لابد أن يقف ويتأمل فيها كاتب الخبر التلفزيوني أكثر من غيره هي:

١- الإيجاز.

٢- خلفية الخبر.

٣- التعبير المجازي.

٤- لباقة الحديث.

٥- التطابق بين الصورة والكلمة.

٦- أكثر الكلمات للمذيع واقلها للصورة.

٧- مشاهدة تريط الفيديو قبل كتابة الخبر.

٨- الإفادة من الصوت الطبيعي.

٩- توافق النص مع منطق الصورة.

تحرير الخبر الالكتروني:

يوجه (فانك) نصيحة لمحرري الخبر الإذاعي والتلفزيوني فيقول: إذا لم تكن هناك حاجة لكلمة معينة احذفها.. وإذا لم تضف الجملة في توصيل المعلومة شيئاً احذفها.. الحشو ما هو إلا إعادة للتفكير لا تحاول أن تكتب كل شيء متوفر عن شخص أو حدث أو فكرة انك لا تستطيع ذلك، وإذا استطعت فمن يرغب في سماع ذلك[1]، بهذه الكلمات يلخص (فانك) القاعدة الأساسية في التحرير وهي الإيجاز وحسن الاختيار ومراعاة رغبة الجمهور وطبيعته، فالمحرر الناجح هو الذي يهذب ويشذب النص الإخباري ليبقى على ما هو ممتع ومهم فتحرير الخبر الالكتروني يبدأ باختصار المعلومات ثم الكلمات والعبارات وهذه عملية إسلوبية تحتاج من المحرر إلى مهارة لغوية عالية وذوق فني وحس صحفي بطبائع جمهور الأخبار، ويمكن إجمال مهمة محرر الخبر الالكتروني بالنقاط الأساسية الآتية:

١) التحقق من المعلومات.

٢) معرفة القانون.

٣) التحرير من أجل المستمع والمشاهد.

٤) التأكد من عدم الانحياز.

٥) إدراك دور المذيع ومتطلباته.

٦) فهم المرئيات.

إن هذه النقاط مجتمعة تعمل على خلق صورة لهيكل الخبر الالكتروني في ذهن المحرر الذي امتلك بجدارة أدوات صنعته وتحسس بمشكلات المذيع ومخرج الأخبار الالكترونية وتمثل في ذاكرته هذه الحالة بكامل أبعادها، ولابد من

---

(1) ارفنك إي هانك- أخبار التلفزيون والراديو - أمريكا ١٩٨٠ ص ٢٤.

الإشارة إلى أن الخبر الذي يصل القارئ والمستمع والمشاهد يشبه أي بضاعة أخرى وصلت إلى السوق أو أيدي الزبائن بعد أن مرت بمراحل تصنيع مختلفة، هذا هو شأن الخبر فبعد أن يصل إلى مكاتب التحرير وأقسام الأخبار يخضع إلى عملية مراجعة دقيقة وتتجاذبه أقلام مختلفة بالتشذيب والصقل وإعادة الصياغة.. وعملية التحرير الدقيقة التي يخضع لها الخبر تشبه العملية الجراحية التي تستأصل الأورام وترمم الجرح حتى يستقيم الجسم سليماً قادراً على الفعل، وهذه العملية التحريرية ضرورية بسبب عامل السرعة الحاسم الذي تتسم به التغطية الأخبارية التي تحكمها المفاجأة وتحديد الوقت والتنافس على السبق الصحفي.

الفصل الثاني عشر

المقال الصحفي

يكتب العمود الصحفي في ثلاثة أجزاء:

مقدمة- وجسم- وخاتمة

وفي الشكل التالي أهم ما يتضمنه كل من تلك الأجزاء:

المقدمة:

١- خبر أو حدث.

٢- فكرة أو خاطرة.

٣- خطبة أو مشكلة.

٤- حكمة أو مثل أو تصريح.

الجسم:

١- الأدلة والشواهد والحجج.

٢- تفاصيل الحدث أو الفضيلة أو الفكرة.

٣- إجابة الكاتب على أسئلة القراء.

الخاتمة:

أ- خلاصة رأي الكاتب.

ب- العبرة أو الموعظة أو الحكمة النهائية.

ج- نصيحة يقدمها الكاتب إلى القراء.

وللعمود الصحفي أنواع متعددة تختلف باختلاف مضامينها وهذه الأنواع هي:

١- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالشؤون، فيتعرض لمختلف القضايا، ولكن من الزاوية التي تهم القراء وتمس مشاعرهم.
٢- العمود الصحفي الذي يغلب عليه الاهتمام بالنقد الاجتماعي اللاذع والقائم على السخرية (المضحكة المبكية).
٣- العمود الصحفي الذي يقوم على ذكر أسئلة أو خطابات تصل إلى الكاتب من القراء، ثم يتولى هو الرد أو التعليق عليها أو الاكتفاء بنشرها.
٤- العمود الذي يقوم على الحوار الذي يخلقه الكاتب سواءً على لسانه أو لسان غيره، وهو قد يأخذ شكل الحوار مع نفسه (المنلوج) أو يأخذ شكل الحوار مع غيره (الديالوج).
٥- العمود الذي يقوم على وصف الطرائف والمفارقات بهدف تسلية القارئ.

*** المقال النقدي:**

هو المقال الذي يقوم على عروض وتفسير وتحليل وتقييم الإنتاج الأدبي والفني والعلمي، وذلك من أجل توعية القارئ بأهمية هذا الإنتاج، ومساعدته في اختيار ما يقرأه أو يشاهده أو يسمعه من الإنتاج.

وللمقال النقدي مجالات عديدة تشمل غالبية النشاط الإنساني من أبرز تلك المجالات:

١- الإنتاج الأدبي من قصص وروايات وشعر.
٢- الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بألوانه المختلفة.
٣- الإنتاج العلمي من المؤلفات والكتب الجديدة أو المقالات والأبحاث وغيرها.

ويكتب المقال النقدي كما يكتب العمود الصحفي أي من ثلاثة أجزاء كما في الشكل التالي:

المقدمة:

١- الفكرة التي يثيرها العمل الفني.

٢- التجديد أو التطوير في شكل أو مضمون العمل الفني.

٣- تصوير موقف الجمهور من هذا العمل الفني.

الجسم:

١- عرض موضوع العمل الفني.

٢- تحليل وتفسير وشرح أبعاد العمل الفني.

٣- المعلومات الخلفية.

٤- المقارنة بين العمل الفني وغيره من الأعمال المشابهة.

الخاتمة:

١- التقييم النهائي للعمل الفني.

٢- دعوة القارئ إلى الإقبال على هذا العمل الفني أو دعوته للانصراف عنه.

*** *المقال التحليلي:***

هو المقال يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام وغالباً ما تكون هذه القضايا سياسية.

ويعد هذا الفن من أبرز فنون المقال الصحفي وأكثر تأثيراً، فالمقال التحليلي لا يقتصر فقط على تفسير أحداث الماضي أو شرح الوقائع الحاضرة، وإنما يربط بين الاثنين ليستنتج أحداث المستقبل، ولأنه يقوم على التحليل العميق والمدروس للأحداث فإنه غالباً ما يكون أسبوعياً ولو كان ينشر في صحيفة يومية.

وليس للمقال التحليلي حجم معين ومحدد ولكنه قد يحتل مساحة صفحة كاملة من الجريدة.

ويُكتب المقال التحليلي في ثلاثة أجزاء كما في الشكل التالي:

المقدمة:

١- إبراز حدث هام.

٢- طرح قضية تشغل الرأي العام.

٣- تقديم اقتراح جديد.

الجسم:

١- المعلومات الخلفية للموضوع.

٢- الأدلة والبراهين والشواهد.

٣- كشف أبعاد الموضوع ودلالاته.

٤- عرض الآراء المؤيدة والمعارضة ومناقشتها.

الخاتمة:

١- خلاصة وجهة نظر الكاتب في الموضوع.

٢- استثارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع.

٣- فتح حوار بين الكاتب وبين القراء وبين غيره من الكتاب.

الفصل الثالث عشر

أهمية الصورة الفوتوغرافية في الصحافة

هل يستطيع أي أحد أن يتخيل أو أن يقبل جريدة تصدر هذه الأيام وهي خالية من الصورة والرسوم وغيرها من المواد المصورة كالخرائط والكاريكاتير والأشكال البيانية والرسوم التوضيحية؟ الصورة هي نصف الخبر وأحياناً تشرح الخبر كاملاً دون نقصان خاصة للذين لهم خيال واسع وأفق متفتحة حول الفهم المتمعن لمحتوياتها الصورة من القراء.

ولغيرهم تضاف عدة أسطر قد تكون مجرد توضيح لبعض الغموض الواضح فيها بعين المصور ومفهومه.

قطعاً لا يتخيل أي أحد ذلك ولكن إن حدث ذلك لبعض الصحف الفرنسية التي تصدر من غير أي صورة على الإطلاق مثل جريدة لوموند مع بعض الاستثناءات في صورة الإعلانات والخرائط والرسوم لكن هناك نوعاً من الإجماع بين القراء والمحررين والناشرين أن أي صحيفة مطبوعة بدون صور تكون غير قادرة على الإقناع وإمتاع الناظر إليها وبذلك تفقد كثيراً من مؤهلاتها وكفاءتها في الاتصال بالقارئ والتأثير فيه.

ذلك لأن العمل الصحفي الحديث أصبح فناً بصرياً يعتمد على الصورة والرسوم، وأصبحت الصورة الفوتوغرافية تشكل أكبر نسبة في الأهمية بالنسبة للجريدة أو المجلة وهي التي تهمنا في هذا الموضوع، حيث ساعد على ذلك التقدم التكنولوجي في هذا المجال.

تاريخ الصورة الصحفية:

كانت الصورة هي أول شيء لجأ إليه الإنسان البدائي للتعبير عن نفسه وعن أفكاره والدليل على ذلك أن أول الحروف الهجائية في اللغة الإنسانية الأولى اتخذت شكل صور الأشياء والطيور والحيوانات المحيطة بالإنسان الأول في لغات الشرق القديم.

وهكذا أستمر الإنسان في استخدام الصورة في التعبير حتى ظهر فنانون عمالقة تميزوا بقدرات ومهارات فائقة على التعبير بالصورة رسماً باليد.

وحتى أوائل القرن الثامن عشر كانت الصورة وما تزال ترسم يدوياً بالقلم أو بالفرشاة على الورق وعلى الحوائط وألواح الخشب أو القماش أو غيرها من المسطحات وكانت لها وظائف أساسية تمثلت في:

١) تسجيل مظاهر الحياة وظواهرها.

٢) التعبير عن الأحاسيس والمعتقدات التي لم يختبرها الإنسان في واقعه المادي أو قرأ عنها في كتابات الأولين أو سمع عنها.

٣) توضيح معاني الكلمات خاصة تلك الجديدة على السامع أو القارئ.

ومعروف بأن قبل اختراع الصورة الفوتوغرافية كان الفنانون هم الذين يقومون بعمل التصوير اليدوي وذلك بالانتقال إلى مكان الحادث أو الخبر ورسم صور تخطيطية له، ثم تنقل إلى الخشب الذي يعد للحفر ثم الطبع وعرفت الصحف تلك الطريقة في القرن الماضي حيث كانت الصور على شكل خطوط تحفر في كتل خشبية ثم تغمس في الحبر وتضغط على الصفحات إلى جانب المتن أو النص، وهذا ما كان يحدث في طباعة الكتب منذ اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس.

لكن من الواضح أن هذه الطريقة بطيئة وعقيمة ثم جاءت الثورة الصناعية واخترعت آلة التصوير ثم أتت الصورة الفوتوغرافية فأصبح من السهل على من لا يجيد الرسم أن يسجل الواقع على لوح فوتوغرافي صورة للأشياء تشبه الصورة في وقت قصير وبتكاليف قليلة إذا ما قورن بالأمر بما كان قبل اختراع آلة التصوير، لذلك كان اكتشاف آلة التصوير حدثاً خطيراً أحدث انقلاباً هاماً في تاريخ الصحافة.

وتطور فن التصوير الفوتوغرافي وأصبحت له قواعد وأساليب في التعبير واكتشفت إمكانيات آلة في تسجيل أو تكبير المناظر الطبيعية بطريقة قد تعجز حواس الإنسان عن إدراكها، فأمكن على سبيل المثال تجميد الحوادث السريعة التصوير لحظة تتكسر فيها كأس زجاجي بفعل طلقة نارية أو تصوير خلية نباتية بتركيب آلة تصوير فوق الميكروسكوب، لذلك احتلت الصورة الفوتوغرافية مكانها بين الفنون وأدوات التعبير وأصبحت تؤدي دوراً في الاتصال لا يقل أهمية عن دور الإعلام، بل ربما أكثر تعبيراً من الألفاظ أحياناً.

التصوير الصحفي:

التصوير الصحفي كفن، شهد تطورات كبيرة نقلته من المرحلة الجمالية كفن جميل لا يهتم فيه الفنان إلا بالشكل والتكوين الفني إلى المرحلة الإعلامية كفن تطبيقي وظيفي يهتم بالقيم الإخبارية والصحفية في الفترة من بين ١٩٢٥م-١٩٣٠ وفي عام ١٩٤٠ ظهر لأول مرة فريق من المصورين الذين وجهوا عنايتهم إلى الموضوعات التسجيلية أكثر من الموضوعات الجمالية وكانت هذه المدرسة التسجيلية نواة فن التصوير الحقيقي.

وبذلك بدأت مرحلة جديدة تحول فيها الاهتمام من النواحي الجمالية الخالصة إلى النواحي الإعلامية وأصبحت مشكلات التكوين والإضاءة والنسب وغيرها من المعايير الجمالية وأصبحت تأتي في المرتبة الثانية بعد القيمة الإخبارية للصورة.

إذاً من هذا المنطلق تظهر أهمية الصورة الصحفية للخبر الصحفي أكثر من أنها صورة جمالية فحسب.

كذلك تطور فن التصوير الصحفي خلال نصف القرن الأخير وتأثر في نواح صحفية عديدة منها:

١) التطور في محتوى الجريدة:

حتى وقت قريب لم تكن تحمل بين ١٠- ١٥ صورة في بعض صفحاتها الداخلية وكانت الوجوه صوراً جامدة أي من الموضوعات الساكنة أو الأشخاص الذين يقفون أمام الورشة جامدين لتصويرهم بإرادتهم وعملهم.. ولكنه الآن تغير الوضع وشمل التطور عدد الصور وحجمها وطبيعتها فعلى سبيل المثال لم تعد صورة انتبه من فضلك التي تستخدم للأغراض الشخصية كما هو الشأن في الأستديوهات هي الصورة المطلوبة للجريدة أو المجلة أو للنشر بصورة عامة بل تؤخذ الصورة وصاحبها يتفاعل مع الحدث يتحرك يراقب. يتعجب. يتساءل إلى آخر الحركات الحية التي تخلق من الصورة مقالاً قائماً بذاته يتفق مع نوع النبأ أو الخبر بمعنى عام.

٢) زيادة في عدد الصور:

اخذت كثير من الصحف تستخدم استعراضاً لأكثر من صورة بكل صفحة وأحياناً تخصص صفحات بكاملها لاستعراض الصور وهو حال كثير من صحف اليوم وكذلك الصحف التصفية ذلك لاعتمادها أساساً على الصور وقد تكون هذه الصفحة يومية تظهر كل يوم وقد يخصص لها يوماً معيناً كحديث الكاميرا.

٣) زيادة في حجم الصور:

وهو اتساع الصفحات في مساحتها تنشر فيها الصور خاصة في الصفحات الداخلية حيث تنشر الصور بعرض عمودين أو ثلاثة وحجم الصور يتفاوت بين قسم وآخر وهي تكبر وتصغر وفق مقتضيات الإخراج أو الشكل الفني للصفحة التي تنشر فيها.

٤) تغيير في طبيعة الصور:

ويرتبط مباشرة بالتطور في التصوير وتقدمه فالذي كان غير ممكناً من قبل أصبح واقعاً بحكم تحسين آلات التصوير ذات السرعة العالية في الالتقاط.

كما أن صور الموضوعات الحية التي تستخدمها الصحف تبدو غير طبيعية ولكن ابتكار حاجب الضوء الأسرع حركة والفيلم الأنعم جزيئات (حبيبات) ونوعية للعدسات الأفضل فقد أدت إلى صور أقرب إلى الطبيعة.

٥) تيار صحفي جديد:

ظهر واضحاً جداً من هذا العنوان أهمية الصورة الفوتوغرافية في العمل الصحفي حتى أن هناك بعض الصحافة أصبح يطلق عليها الصحافة البصرية (Photo J) أو الصحافة المصورة (Pictorial J) أو الصحافة الفوتوغرافية (photographic Journalism) وتمثل ذلك في مجلات لوك (look) ولايف (life) وباري ماتش (Paris match) كما ظهر في العناية بالصورة كمّاً وكيفاً يومياً وأسبوعياً، بالتأكيد لكل هذا التطور أسبابه وعوامل نجاحه نتيجة التطور كالرغبة في التصوير كهواية وتطور أنواع أحبار الطباعة والورق الذي يطبع فيه من حيث درجة الحساسية وظهور أجهزة أكثر حداثة مما كانت عليه في السابق.

أنواع ووظائف الصور الفوتوغرافية الصحفية:

ذكرنا مسبقاً أن الصورة الفوتوغرافية أصبحت مادة أساسية من مواد الجريدة أو المجلة ولم تعد عنصراً جمالياً فقط، بل عنصر إعلامي وظيفي وهي خير تعبير عن الأخبار والأحداث.

أما الحديث عن وظائف الصورة الصحفية (الفوتوغرافية) فتتمثل في:

١. وظيفة إخبارية:

الصورة الفوتوغرافية هي أنجح وأهم وسيلة إعلامية في الجريدة بأكملها فبإمكانها أن تعطي المضمون أو الهدف بصورة أسرع من حيث الإطلاع وبصورة أفضل من التعبير اللفظي وهي تعطي كذلك لحظات خاصة من لحظات النبأ بشكل بياني ومفصل.

والتصوير الفوتوغرافي الصحفي بدقته المتناهية يمكن أن يعطي تفاصيل أكثر دقة من مشاهدة الحدث الواقع فعلاً والقارئ الحديث لا يستطيع أن يقتنع بمجرد وصف لفظي لحادث أو لاجتماع أو لموقف ما وإنما أن يرى هذه الأشياء أمام عينيه وعيون القراء في هذا العصر تلك العدسات المركبة في آلات التصوير التي

يوجهها المصورون الصحفيون كل يوم لالتقاط الأخبار وتسجيل الأنباء وعرضها على القراء في أسرع وقت وكلنا يعلم أن العدسة أدق من العين البشرية لأنها موضوعية ولا تلتقط إلا ما تراه بالدقة والتفصيل، أما الإنسان فتتأثر رؤيته للأشياء بعوامل ذاتية كثيرة متداخلة.

٢ . وظيفة سيكولوجية:

ترتبط الصورة ارتباطاً وثيقاً بسيكولوجية الإنسان وتحل له بعض المتطلبات النفسية والعقلية، ويمكن شحن ذاكرة القراء الذين ينتمون إلى النوع البصري وتقويتها بإضافة صورة إلى النص الإعلاني أو الإعلامي... وهنا تسيطر عليه أن لم تكن تمتلكه العقلية المصورة.

وبالحديث المستمع يرى. وعندما تستمع لشكل الأفكار التي وصلتنا ونحولها إلى صورة ذهنية سائقة لدينا، وعندما نقرأ نحاول بشكل لا شعوري تصوير الكلمات والعبارات بشكل مقبول عبر شاشات عقولنا.

وأهمية الصورة في الصحافة كبير جداً حيث يقول الكاتب الروائي (إيفان تور جينيف) في رواياته (آباء وأبناء) أن الصورة الواحدة قد تعرض ما استطاع كتاب أن يقوله في مائة صفحة حيث أن حاسة البصر ذات أهمية كبرى بالنسبة لشعور الإنسان ودرجة فهمه، لذا تنبع أهمية الصورة في العمل الصحفي في أنها تجذب الانتباه وكثير الاهتمام وتقدم وسائل مؤثرة في رواية خبر ما.

وكثيراً ما تعجز الكلمات عن إيصال المضمون من المقال للقارئ عندما تفتقد لوجود الصورة، ومن أهميتها أنها تشبع حاجة القارئ إلى القراءة والإطلاع وتؤثر فيه باستقلال قوى اللفظ والصورة وكذلك تصبغ بعداً آخر على الشخصية التي تستحق أن ينشر عنها شيئاً أو تصورها، فالشخص الذي لابد أن يقرأ المرء عنه يومياً يثير لدى القارئ هذا السؤال ما هو شكله وكيف يبدو.

٣. قيمة جمالية:

للصورة قيمته الجمالية من حيث كونها عملاً فنياً يستوقف النظر ويبعث الاهتمام في نفس القارئ فهي تستطيع أن تجعل الصفحة ذات مظهر مليئ بالحيوية والنشاط والتنوع ويصبغ عليها جاذبية قد تجعلها قابلة للمطالعة، والصورة بهذه الصفة تفيد الصحف من الناحية التجارية والتسويقية.. لذلك كثير من الصحف الطبية والمثيرة تستخدم أكبر مساحة من صفحاتها لأجمل الصور الملفتة والمثيرة للانتباه والمطالعة خاصة في غلافها الخارجي لجذب القارئ إليها.

أهمية الصورة على الصحافة:

تحدثنا كثيراً خلال ما سبق من حديث عن أهمية الصورة وأثرها على الصحافة ودورها الأساسي في صناعتها إلا أننا نجد أن للصورة الصحفية اهمية كبيرة في عمل الصحافة وأن للصورة الفوتوغرافية المعروفة بالصورة الصحفية بعد إلصاقها بمواضيع الصحيفة أهمية قصوى وتسمى على أثر ذلك بالصحيفة.

وحول هذا الأمر دار جدل طويل وذهب البعض إلى أنها ستحل محل الكلمة في السنوات المقبلة ولكن لا نتفق مع هذا الوصف في الأهمية ولكن نتصور أن عدد الصور بالصفحات يزداد ويحدث هناك زيادة في حجمها ولكنها لا يمكن أن تلغى قيمة وأهمية الكلمة أيضاً.. لأن الكلمات في مواقع معنية تعتبر ذات أهمية لا يمكن أن يكون المضمون بدونها، لذا كان هناك ما يعرف بتعريف الصورة أو (الكابشن) الذي يفسر تاريخ التقاطها وزمنها والموقف الذي التقطت فيه، ومن هنا تأتي أيضاً أهمية الكلمة، وبمقدور الإنسان أن يستعيض عن الصورة بالكلمة ولكن العكس لا يمكن قبوله أيضاً.

تتمثل أهمية الصورة في أنها تقدم لنا بسرعة خير ما تحمل كما أنها تساعدنا أحياناً على فهم أشياء لا تستطيع الألفاظ أن تعبر عنها بسهولة، ولأهمية الصور وانتشارها في الصحف والمجلات واحتلال مساحات كبيرة منها دعى ذلك

بعض العلماء للتشاؤم ودق الأجراس للإنذار بالخطر من أن الصور سوف تقتل النص، لأنها توهم بأن النص لا فائدة فيه.

إذ يقول القارئ الحديث ما الفائدة وما الداعي لقراءة كل هذا المقال المكتوب بحروف دقيقة في الحجم وبإمكاني إدراك الموضوع بمجرد نظرة.. فلا زمن للقراءة وهي متعبة خاصة لإنسان هذا العصر لا زمن له من كثرة العمل والانهماك فيه لأجل حياته التي صارت قاسية ومرة، فيصير حاله كالطفل الذي يقلّبُ الصور واحدة بعد الأخرى دون أن يقف على النص لقراءاته لأنه يجهل القراءة وهكذا الأمي بل ولاحقاً القارئ الحديث الذي تحدثنا عنه سابقاً.

إذاً من وجهة نظر البعض ليس بالقدر الإيجابي لأهمية الصور الفوتوغرافية على عمل الصحافة سوءها وأضرارها وعدم جدواها.

الفصل الرابع عشر

الترجمة الصحافية

إن الترجمة الصحافية وسيلة اتصال بين الحضارات، تساهم في تفاعلها وفي تعزيز تراكم العطاء الإنساني، لذا يجب الاهتمام بها وفهم جوانبها المختلفة، وهذا ما سنحاول سبر أغواره من خلال هذا الفصل الذي يطمح إلى ملامسة بعض مبادئ الترجمة في المجالات الصحفية، وذلك من خلال الحديث عن النقط التالية:

- تصرف الصحفي في الترجمة.
- تأثير نوعية المتلقي.
- تأثير إيديولوجيا الصحيفة.
- تأثير الحصة الزمنية المتوفرة.
- تحريف المعنى والمسألة الأخلاقية في الترجمة الصحفية.

مبادئ يجب مراعاتها في الترجمة الصحافية:

١- حدود تصرف الصحافي في ترجمة النص الأصل:

- متى يتحتم على المترجم أن يتصرف في الترجمة التي يقدمها؟
- كيف يتم هذا التصرف وما هي معاييره وحدوده؟
- ما هو الهدف من التصرف في الترجمة؟

إن التصرف في الترجمة ينبع من رغبة ملحة في خلق التواصل بعد التحرر من الارتباط الوثيق ببعض مكونات النص الأصل ومحاولة صياغة نص جديد يأخذ إلى حد بعيد بعين الاعتبار نوعية المتلقي وظروف التلقي الجديدة في اللغة الهدف.

ويعدد باستان ثلاثة عناصر تدفع المترجم إلى التصرف في النص الأصل:

- عدم نجاح الترجمة الحرفية حين يتعلق الأمر باللعب بالمفردات أو بالمتلازمات اللفظية.
- اختلاف وضعيتي التلقي في اللغتين عندما يتعلق الأمر بتمرير حقيقة أو واقع غير موجود في اللغة الهدف مثلاً.
- الرغبة الواعية في تغيير طبيعة ونوعية الخطاب الأصل، كتلخيص نص أو تبسيط نص مغرق في التخصص لإنتاج نص جديد يسهل فهمه من قبل القارئ العادي.

إلى هذا الحد يبقى التصرف منتمياً لما نسميه ترجمة، لأنه لا يسعى إلى التصرف في المعنى بتغييره أو استبداله بمعنى جديد، وبما أن الترجمة الصحافية تسعى في غالب الأحيان إلى نقل أخبار وتقاسم معلومات مع القراء، فلا يجوز أن يقصي النص المترجم النص الأصل بتغييره أو النقص أو الزيادة في معناه، إن التصرف برفض الأصل أو تجاوزه قد يكون مسموحاً به في الاقتباس المسرحي أو الترجمة الفلسفية النقدية مثلاً، لكن لا يجب قبوله متى تعلق الأمر بالترجمة الصحافية، قد يلجأ الصحافي- المترجم في بعض الأحيان إلى ترجمة تلخيصية تقتضيها المساحة المخصصة في الجريدة، وهذا شيء مقبول متى تمت المحافظة على المعنى والأفكار الرئيسية دون تحريف أو تشويه.

لا يعني التصرف النقص في الترجمة عبر بتر الأفكار الرئيسية أو التخلص من الفقرات التي لم يوفق المترجم في ترجمتها، لا يعني التصرف الزيادة في الترجمة عبر إدخال أفكار جديدة أو مناقضة لم ترد في النص الأصل قصد استعمال

إيديولوجي ينسب لكاتب النص الأصل أشياء لم يقلها. التصرف في الترجمة يأتي للتواصل مع الجمهور المتلقي عبر تغيير واع لوظيفة النص الأصل (تلخيصه أو تفسير أفكاره أو تبسيط مستواه اللغوي...) دون المساس بأفكاره التي تكون المعنى العام

إن التصرف في النص الأصل بمعنى إعادة إبداع وإعادة خلق نص جديد في اللغة الهدف مسألة مطلوبة في الترجمة الصحافية، لكن التصرف المفرط يمكن أن يؤدي إلى انحرافات وانزلاقات خطيرة تمس جوهر المعنى المراد تبليغه وتشوه محتوى المقال المراد تقاسمه مع الجمهور في لغة ثانية غير اللغة التي كتب بها أصلاً، يجب إذن أن يكون التصرف محسوباً، من دون إفراط ولا تفريط، وأن يكون بالأساس مبرراً لأنه متى استعمل بتروي ساعد على حل مشاكل عدم تقابل اللغات والثقافات وتغير ظروف التلقي في اللغة الهدف وساهم أيضاً في ربط التواصل بين المترجم والقراء في اللغة المترجم إليها، نحن إذن لا نرفض التصرف في الترجمة الصحافية جملة وتفصيلاً، بل إننا نرفض نوعاً من التصرف يتجاوز مجال الترجمة ليخلق نصاً جديداً يبتر المعنى أو يضيف إليه.

٢- تأثير نوعية المتلقي على النص المترجم: ملائمة المقال للمقام:

إن عملية الكتابة (والترجمة أيضاً في آخر أطوارها كتابة) تخضع لاستراتيجيات خطابية يتحكم فيها، بالإضافة لما هو لغوي، عناصر لا لغوية: سياق النص، التناص، مدى علاقة الكاتب بالنص المنتج، الجمهور المستهدف...الخ، وبما أن كل جريدة تخرج إلى السوق تقتضي أن يكون لديها قراء، فإن فريق المحررين بها يضع في خانة أهدافه الحفاظ على وفاء هؤلاء القراء، وقد يتم السعي عندما يتعلق الأمر بصحافة الرأي إلى استقطابهم والتأثير على آرائهم وقناعاتهم.

كما كاتب النص الأصل، فإن المترجم هو الآخر يكون فكرة عن قارئيه قبل الشروع في نقل النص من لغته الأصل إلى لغة هدف، يتشكل الخطاب المترجم إذن ويتلون حسب الصورة التي يرسمها المترجم لجمهوره المفترض.

إن مترجم النصوص الصحافية الذي يلجأ إلى أسلوب يفهمه قراؤه، يتكلم مع هؤلاء بلغتهم، أما الذي يتصنع البحث عن كلمات وعبارات تضبب المعنى وتجعل الفهم صعب المنال، فإنه يتكلم معهم بلغته هو أو في بعض الأحيان بلغة قد لا يفهمها هو نفسه. إن تعويم الخطاب والابتعاد عن الوضوح في الترجمة الصحافية لا يمكن تفسيره سوى بكون المترجم لم يفهم النص الأصل أو لم يستطع التعبير عن ما فهمه حسب الطريقة التي يتم التعبير بها في حقل تخصصي محدد، يجب أن يتأكد الصحفي- المترجم بأن استعمال الكلمات والتعابير النادرة والمعقدة في الترجمة الصحافية يقلص عدد القراء، لا يجب على النص المترجم أن يقف حجر عثرة أمام الفهم ويدفع بالمتلقي إلى طرح السؤال التالي: ماذا يريد هذا الصحافي- المترجم أن يقول من خلال هذا المقال؟

كما أن الأسلوب المستعمل للتأثير على المتلقي قد يحسم في قيمة النص المترجم، فقد يفضي إلى ترجمة جيدة يفهمها ويتفاعل معها القارئ أو بالعكس إلى ترجمة تسقط في الضبابية ولا تترك أي انطباع إيجابي لدى القارئ إن على مستوى الفهم أو على مستوى القيمة المنية للنص المترجم.

ولنقل، إن المترجم الجيد هو الذي يطرح الأسئلة التالية خلال قيامه بترجمة أي نص صحافي:

- هل سيفهم أغلب القراء هذا المصطلح أو هذا التعبير؟
- هل هذا المصطلح أو هذا التعبير سيؤثر سلباً على المعنى العام للنص أم أن سياق النص كفيل برفع اللبس؟

هل سيفهم المتلقي المصطلح المستحدث أم هناك حاجة لإرفاقه بجملة تفسيرية؟

- ما هو المستوى اللغوي الذي سيفهمه المتلقي؟

- هل هناك حاجة لتغيير أسلوب النص الأصل أم لا؟
- أي تركيبة (مضمر- مفصح عنه) ستمكن القارئ من فهم الترجمة؟...الخ

وعلى كل حال، فإن توعية المتلقي للترجمة يجب أن تدفع المترجم- الصحافي إلى التصرف لربط التواصل بشكل جيد، هذا التصرف لا يجب أن يغير المعنى العام للنص الأصل، وإن سعى بوعي إلى تغيير وظيفته (تلخيصه أو تفصيله أو إعادة ترتيب أجزائه أو تعديله بحذف التكرار والزيادات التي لا تدخل في بناء الفكرة الرئيسية للنص)، وبالتالي فإن تقييم أي ترجمة يستند إلى الأهداف المرسومة مسبقاً للنص المترجم والوظيفة التي يراد له أن يلعبها في اللغة الهدف، لكن، وكما سبق وقلنا، فكل تصرف يأخذ بعين الاعتبار القارئ لا يجب أن يحرف المعنى الأساسي الذي من أجله كتب النص الأصل.

٣- تأثير إيديولوجيا الصحيفة على الترجمة:

لكل صحيفة صيغتها، شكلها وتوجهها، ونعني بالصيغة جانبها الشكلي الذي يميزها عن باقي الصحف المعروضة في الأكشاك، أما توجه الصحيفة فإنه يقابل اختيارات سياسة التحرير التي تخضع لعدة محددات: إيديولوجية او فكرية أو سياسية أو اقتصادية.. الخ.

وتوصف وسائل الإعلام بأنها السلطة الرابعة في المجتمع لأنها وجدت أصلاً لمواجهة مناورات الخطابات السياسية والإيديولوجية، إلا أنها قد تخضع هي الأخرى لسلطة إيديولوجية تتحكم في اختياراتها ومحتوى خطاباتها، وبذلك فإن الصحافة تتحكم في المتلقي بعد أن تخضع هي الأخرى لسيطرة نخبة اجتماعية، سياسية، اقتصادية أو دينية محددة تكون لجنة تحريرها أو من وراءها.

ومتى انتقلنا من الصحافي- الكاتب إلى الصحافي- المترجم قبلنا بالحديث عن ما يتركه فكر المترجم وإيديولوجيته من أثر على اختياره للنصوص

التي يود ترجمتها، هذا الاختيار الذي يؤثر بدوره على أداء المترجم ومقاصده ومدى التطابق بين ما يتوخاه لترجمته من آثار ومفاعيل وما يتحقق فعلاً على صعيد العلاقة مع الآخر، أي مع القارئ.

وإن كانت الترجمة في العالم العربي لا تزال تنزع إلى الأعمال الأدبية أو التقنية التي لا تتعارض مع بطش السلطة (السلطة السياسية أو الثقافية- الإعلامية)، فهذا لا يعطي الحق للصحافي- المترجم في ترجمة ما يروق للمسؤولين والتستر أو تفادي ترجمة ما يقلقهم نزولاً عند رغبة رئيس التحرير الخاضع لسلطة فوقية، بل على المترجم متى انتهى من اختيار المقال المراد ترجمته أن ينقل معناه إلى اللغة الأخرى كاملاً دون نقص أو زيادة أو تحريف أو تشويه، ولنقل إن للنص الأصل سلطة على المترجم لا يجب التنصل منها للخضوع لسلطة إيديولوجية أو سياسية أو ثقافية خارجة عن هذا النص.

وغني عن البيان أن عصر العلم رهن الديمقراطية، وكلما اتسع نطاق الحرية في الكتابة وفي الترجمة، اتسع نطاق النشاط الفكري بمدلوله ومضمونه الاجتماعيين، ولهذا فإن البعد السياسي والإيديولوجي مكمل للبعد المعرفي- الثقافي، ودون هذه الشروط تفقد الترجمة الصحافية، متخصصة كانت أم عامة، الدافع إليها.

٤- إكراهات الحصة الزمنية في الترجمة الصحافية المتخصصة.

إن من بين أهم المشاكل المرتبطة بالترجمة الصحافية اليوم هي التمكن من إنتاج نص مترجم يحترم محددات الأمانة والوفاء للأصل و"القبول" في اللغة الهدف وذلك في فترة زمنية قصيرة، نعم، إن المترجم المتمكن من هذا النشاط هو الذي يطور كفاءة السرعة في إنجاز الترجمة مع الحفاظ على نفس معنى النص الأصل، ومهما كانت الحصة الزمنية المتوفرة، وجب على الصحافي- المترجم أن يقدم منتوجاً مقبولاً من حيث الكيف يفي بجميع محددات الترجمة الأمينة.

وقد نرجع الزلات اللغوية والهفوات التعبيرية في بعض الأحيان إلى ضيق الوقت، لكن، إن قبلنا من المترجم المبتدئ الركاكة في التعبير، فلا يمكن أن نقبل ترجمات تذهب إلى عكس معنى النص الأصل، وتبعاً لتجربتنا في مجال الترجمة الصحافية، فقد واجهنا دائماً مشكل ضيق الوقت لإنجاز الترجمة، والآن، بعد أن نضجت تجربتنا في هذا المجال، فإننا لن نقبل برد أخطاء الترجمة لضيق الحصة الزمنية، وبالتالي يجب على المترجم المقتدر الذي يحترم مهنته ويحترم القراء أن يقوم بكل ما في وسعه لإنجاز ترجمة تتميز بالوفاء للنص الأصل و"بالقبول" في اللغة الهدف.

وعموماً فإن مسألة ضيق أو اتساع الوقت خلال إنجاز الترجمة الصحافية ترتبط بعدة عوامل:

- متعة المترجم في التطرق لموضوع دون الآخر: فمتى تجاوب المترجم مع الموضوع، جاءت ترجمته سريعة وناجحة.
- صعوبة الموضوع أو سهولته.
- معرفة المترجم المسبقة بالموضوع.
- التدرب والممارسة في مجال الترجمة.
- الطريقة المتبعة في الترجمة...الخ.

٥- تحريف المعنى في بعض الترجمات الصحافية:

كتب الكثيرون عن الحالة المؤسفة التي وصلت إليها الترجمة العربية عموماً، لكننا لم نكن نتوقع أن نجد أنفسنا أمام كومة من الأخطاء في كل من المقالات الصحافية المترجمة التي أخضعناها للتحليل والنقد، ونشير أننا لا نعلن أستاذية على أحد، فنحن أيضاً ارتكبنا أخطاء في بدايات عملنا بالترجمة الصحافية، وإن كانت هذه الأخطاء لا تمس المعنى الذي نعتبره جوهر العملية

الترجماتية، يجب التنبيه إلى مسألة ضرورة إخضاع الترجمة الصحافية لمعايير علمية تتوخى الأمانة والوفاء للنص الأصل عوض طغيان الهدف التجاري المحض.

وعلى الرغم من ظهور صحافيين- مترجمين عرب يحترمون مهنتهم الشاقة فعلاً، فإن الغالبية الساحقة لازالت تكرس حالة الفوضى واللامسؤولية التي يعرفها مجال الترجمة الصحافية، إن الأمثلة التي يمكن أن نسوقها للتدليل على هذه المشكلة المستفحلة كثيرة ومتعددة لكثرة الأخطاء التي تتضمنها الترجمات الصحافية إلى اللغة العربية، وأول ما يستوقفنا في هذه الترجمات تضمنها لأخطاء فادحة تدفعنا إلى التساؤل عن الهدف من وراء نشر ترجمة لجريدة هامة في حجم "لوموند ديبلوماتيك" تحرف المعنى وتشوه المراد تبليغه، وتشمل هذه الانحرافات الفادحة:

- أخطاء في ترجمة المصطلح والعبارات الاصطلاحية.
- أخطاء في ترجمة الصيغ المشهورة.
- أخطاء مرتبطة بعدم احترام الاستعمال الشائع.
- أخطاء مرتبطة بتداخل البنى وتراكيب اللغتين.
- أخطاء مرتبطة بالأسلوب.
- الزيادة في الترجمة.
- النقص في الترجمة.
- أخطاء مرتبطة بسوء الفهم للنص الأصل.
- الافتقاد لمعرفة موسوعية لصاحب الإنجاز النصي.
- إقحام ذاتية المترجم...الخ.

٦- المسألة الأخلاقية في الترجمة الصحافية:

إن الترجمات التي يقوم بها الصحافيون المترجمون يقرأها جمهور واسع، ومن ثم تأتي المسؤولية الكبرى التي يتحملونها، وقبل القيام بأي نشاط ترجماتي- صحافي، يجب على المترجم أن يطرح السؤال التالي: ما هو الهدف من وراء الترجمة الصحافية؟

الجواب طبعاً هو: الإخبار والإعلام والتواصل مع فئات عريضة أو محددة من القراء.

أن تخبر يقتضي أن توجه معرفة لمن يجهلها، هذه المعرفة تنقلها تعابير لغوية تتضمن معاني خاصة قد يستعصي فهمها على المتلقي، فعندما لا يحدد المترجم- الصحافي الفئة المستهدفة بدقة (لمن يترجم؟) وعندما لا يفرق بين المصطلحات الشائعة الاستعمال والمصطلحات المتخصصة، تخيم على خطابه فوضى يستعصي معها الوصول إلى المعنى الحقيقي، فخطاب الصحافي- المترجم قد ينزلق ليصبح في خدمة المغلوط، خصوصاً إذا كان يلجأ إلى تعابير جاهزة وغير مضبوطة المعنى، حينها تصبح الصحافة أداة للتشويه تخضع لجهل الصحافي بمسؤوليته وتتوافق مع نظرته الذاتية الضيقة مبتعدة عن المعنى الحقيقي للظواهر والأحداث.

ويجب القول بأن كل خلل في الفهم وفي استقبال الفكر لمعنى النص الأصل ينتج عنه خلل في التعبير، وكذا في التركيب واحترام ضوابط اللغة الهدف، تلك الترجمات التي "يضطرب لفظها ويفسد أسلوبها ويسمج أداؤها" على حد تعبير عميد الأدب طه حسين.

إن الترجمة وظيفة تلتصق بالعمل اليومي للصحافي- المترجم، لكن في الغالب لا يطلب منه سوى معرفته للغتين، المنقول عنها والمنقول إليها، كأن الترجمة تختزل إلى مسألة لغوية، إن هنالك عدداً من الصحافيين- المترجمين تنقصهم الخبرة في ميدان الترجمة وعدد آخر يفتقدون لطريقة مثلى تنقل المعنى صحيحاً من لغة إلى لغة، وآخرون تنقصهم سعة الاطلاع، كلهم يعتبرون خاطئين أن الترجمة هي مسألة تعويض ألفاظ في اللغة الأصل بألفاظ في اللغة الهدف ليس إلا، إنهم يجهلون

الطرائق المتبعة في ميدان الترجمة الأمينة ويستخفون بأهدافها الحقيقية، مستأثرين استعمال جمل "صادمة" وخطابات مفخمة عوض التعبير الصادق عن نفس المعنى الذي تضمنه المقال الأصل في محاولة للتأثير على المتلقي، إنهم يشوهون معنى النص الأصل ويخونون الرسالة النبيلة للترجمة الأمينة.

وبالتالي، ليس للصحفي - المترجم وجهة نظر يضيفها لمعنى النص الأصل، فهو إما يترجم محترماً هذا المعنى وإما يحرر نصاً جديداً لا علاقة له بالترجمة، إذا كان المترجم أمام نص دعائي يناقض كلياً توجهاته، فالأحرى به أن يرفض مسبقاً ترجمته عوض أن يحرفه ليوافق أفكاره، إن المترجم ليس مؤلفاً، بل إنه مقيد بمعنى نص أصل يجب أن ينقله بأمانة، ومقيد أيضاً بمسؤوليته اتجاه القارئ الذي لا يجب أن يكذب عليه، يجب أن تفسح التأويلات الذاتية المجال للتأويلات الموضوعية حتى تتم الترجمة على الوجه الأكمل.

الفصل الخامس عشر

المقابلة الصحفية

أنواع المقابلات:

لا يقتصر إجراء المقابلات الناجحة على أسلوب واحد بعينه، فالأسلوب الأفضل هو الذي يختلف باختلاف الضيف وموضوع المقابلة والهدف منها.

إذا كان الهدف استقصاء حقائق معينة ولم يتمكن الصحفي من الحصول على إجابات مرضية، فإن المقابلة تكون قد باءت بالفشل، أما إذا كان الهدف الترفيه وتسليط قليل من الضوء على شخصية الضيف، كما هو الحال في مقابلات النجوم أو الشخصيات المرموقة، فإن عدم الكشف عن الحقائق لا يعتبر إخفاقاً.

إذا كان الصحفي قاسياً أكثر من اللازم في توجيه الأسئلة إلى ضيف غير واثق من نفسه، فإن ذلك لن يحظى بإعجاب الجمهور، وأيضاً إذا كان الصحفي ليناً أكثر من اللازم مع ضيف صارم أو عسير، فإن المقابلة تعتبر مخيبة للآمال.

وفيما يلي عدد من أنواع المقابلة الصحفية، مع توضيح للعوامل التي تسهم في نجاحها.

١- المقابلة المعلوماتية:

تعد المقابلة المعلوماتية النوع الأساسي من المقابلات، وهي مقابلة يسعى الصحفي من خلالها إلى جمع الحقائق، ولا يمانع الضيف في تقديمها، على غرار:

- حريق دمر مبنى في وسط المدينة، مدير دائرة الإطفاء يصف الحادث
- رياضية تصف كيف تتدرب قبل خوض بطولة قادمة.
- مسؤول في مصلحة الضرائب يفسر الطريقة الجديدة للمطالبة باسترداد فائض ضريبي.

في هذه الأمثلة، لا تعتبر الحقائق إجمالاً موضوع جدل، ولو أن بعض الجوانب المثيرة للجدل قد تُطرح في مقابلة أخرى مع ضيف آخر، ليس ثمة تضارب في المصالح بين الصحفي والضيف: لا فائدة للأخير من التستر على المعلومات، ولا داعي لأن تكون لهجة الصحفي مشككة أو معادية، بل على نقيض ذلك، يجب أن تكون اللهجة إيجابية ومشجعة، خاصة إذا كان الضيف صغيراً في السن أو محدود الخبرة أو منقبض النفس، كما هو الحال إذا كان قد شاهد لتوه حادثاً أو مأساة.

"بالنسبة إلي، المقابلة ليست منافسة بين متصارعيْن، أنا أسعى للحصول على الإجابات، المقابلة إجمالاً هي عملية تنقيب عن المعلومات." (جون سنو، أخبار القناة الرابعة، بريطانيا).

يمكن أن نطلق على هذه المقابلة "مقابلة معلوماتية"، الهدف منها هو كشف النقاب عن أكبر قدر من المعلومات الدقيقة ذات العلاقة في الوقت المتاح، والضيوف الذين تُجرى معهم مقابلات من هذا القبيل يشملون:

- شهود عيان.
- أفراد شرطة.
- رجال الإطفاء.

الأسئلة الموجهة إليهم هي من قبيل:

- مَنْ؟
- ماذا؟
- أين؟

- متى؟
- كيف؟
- لماذا؟

تعتبر المقابلات المعلوماتية أساساً للعمل الصحافي برمته، فهي المادة الخام لمصنع الأخبار، وهي عادة لا تحظى باهتمام المستمعين أو المشاهدين أو القراء، اللهم إلا في حالات الأخبار العاجلة عندما تكون عملية جمع الأخبار حية على الهواء، أما في غير هذه الحالات الاستثنائية فعادة ما تخضع هذه النوعية من المقابلات لعملية مونتاج قاسية لاستخلاص المعلومات الخام، وقد يقرر المسؤولون عدم بث أو نشر بعض هذه المقابلات على الإطلاق، مكتفين ببث أو نشر المعلومات التي وردت بها، إما عبر نص يقرأه المذيع، أو عن طريق المراسلين في الميدان، أو ضمن تغطية متكاملة للحدث وعلى هامشها في حال الصحافة المطبوعة.

٢- *مقابلة الرأي:*

بدلاً من الاستماع إلى أشخاص وهم يسردون المعلومات أو يعددون الحقائق، فإن الأكثر متعة وإثارة الإطلاع على مشاعرهم تجاه قضية معينة.

إن هدف مقابلة الرأي هو التعرف إلى آراء الضيف، قد يكون الضيف أي شخص له رأي ذو قيمة عن قضية معينة من قبيل:

- شخص له علاقة مباشرة بالقصة أو الخبر.
- سياسي أو موظف حكومي أو عضو في جماعة ضغط معنية بالقضية.
- مواطن عادي لا علاقة له بالقضية لكن له رأي في الموضوع.

تصور كيف يمكن التعامل مع الأخبار الثلاثة التي تمت الإشارة إليها في المقابلة المعلوماتية من منحى مختلف:

❖ حريق دمر مبنى في وسط المدينة.- - - السكان يصفون مأساتهم بعد تشريدهم من منازلهم.

- رياضية تصف مشاعرها تجاه فرصة نجاحها، بينما تستعد لخوض بطولة قد تحسم أمر مستقبلها.
- دافعو الضرائب يعربون عن غضبهم من الطريقة الجديدة المعقدة لاسترداد فائض ضريبي.

تتميز أسئلة هذا الصنف من المقابلات بأنها تتعمق في الموضوع أكثر من المقابلات المعلوماتية البسيطة كما يتضح في الأمثلة التالية:

- ماذا كان رد فعلك بعد إطلاعك على الخبر؟
- هل كان له تأثير فيك؟
- ما رأيك في سياسة "س" من الناس؟
- هل توافق/ لا توافق؟
- ما مقترحاتك البديلة؟
- ما رأيك في الإجراءات البديلة الواجب اتخاذها؟
- ما الإجراء الذي تنوي أنت اتخاذه؟

٣- استطلاع آراء الجمهور (Vox Pop):

قد يبحث الصحفيون أحياناً عن آراء عامة الناس، أو رأي "رجل الشارع" حسب التعبير الأمريكي، أو "الراكب على متن حافلة في حي كلابهام اللندني" وفقاً للتعبير الإنكليزي العامي.

لما كان رأي شخص واحد لا يمثل آراء الجميع، فإن الصحفيين في وسائل الإعلام المختلفة يسعون إلى الإطلاع على آراء حوالي اثني عشر شخصا، ثم يختارون عينة منهم، ويُخضعونها لعملية المونتاج أو الاختصار، قبل بثها أو نشرها لتقديم فكرة عامة موجزة عن آراء شريحة من الجمهور.

تُعرف هذه المقابلات القصيرة باستطلاع آراء الجمهور أو (Vox Pop) بالإنكليزية، وهو تعبير مشتق من اللاتينية معناه "صوت الشعب".

يعتبر استطلاع آراء الجمهور مفيداً بصفة خاصة عندما يكون العديد من الناس على استعداد للإعراب عن رأي مباشر في قضية ما، ونادراً ما يتمخض هذا النوع من الاستطلاع عن آراء مثيرة للاهتمام إذا كانت القضية معقدة أو غريبة أو فنية للغاية، ولكنها تصلح للموضوعات الفكاهية، ومن الأمثلة على الأسئلة المطروحة في استطلاع آراء الجمهور:

- ما مدى كفاءة نظام النقل العام؟
- كيف تنوي التصويت في الانتخابات؟
- منْ يحظى بإعجابك أكثر من غيره من بين الشخصيات البارزة في المجتمع؟

من الأهمية بمكان أن يُطرح السؤال الأول نفسه على الجميع، وقد يطرح الصحفي فيما بعد، إن اقتضى الأمر، أسئلة إضافية (مثلاً: لماذا؟). ويجب أن يكون السؤال الأول، بطبيعة الحال، سؤالاً مفتوحاً يتطلب إجابة لا تقتصر على نعم أو لا.

استطلاعات آراء الجمهور تمثل أسلوباً مناسباً لإضفاء صبغة محلية على الخبر، فعلى سبيل المثال، إذا حظرت الحكومة التدخين في الأماكن العامة، يمكن الاستفسار عما إذا كان سكان بلدتك يؤيدون أو يمارضون ذلك الحظر.

يجب أن يتضمن الاستطلاع آراء أوسع شريحة ممكنة من السكان، وإذا كانت القضية تهم أقلية من الناس، يجب التوجه إلى مكان تلك الأقلية: الجامعة حيث ارتفعت الأقساط الدراسية، أو الحضانة حيث ارتفعت تكاليف العناية بالأطفال.

٤- المقابلة العاطفية:

تعتبر المقابلة العاطفية وثيقة الصلة بمقابلة الرأي، ففي الإذاعة والتلفزيون، تتضمن أكثر البرامج متعة فقرات يعرب فيها الأفراد عن عواطفهم للمستمعين أو المشاهدين الذين يستطيعون تفهم الغضب أو الأسى أو الفرح أكثر من تفهم وجهات

النظر والحقائق البحتة، وفي الصحافة المطبوعة، وخاصة المجلات، يهتم الجمهور بالمقابلات التي تسعى إلى كشف عواطف الضيوف، وخاصة إذا كانوا من المشاهير.

مما يدعو إلى الدهشة أن الكثيرين مستعدون للكشف عن عواطفهم لجمهور كبير، وربما يسهم الحديث إلى وسائل الإعلام في التخفيف من آلامهم، أو إحياء ذكرى شخص عزيز عليهم، أو تعميم قضية يسمون إلى إيجاد حل لها، أو إلحاق العار بشخص يحملونه مسؤولية المصاب الذي ألم بهم.

في هذه الحالات، يجب ألا يتدخل أو يتطفل الصحفيون بل أن يلزموا الصمت إذ إن الوقت ليس مناسباً للمقاطعة أو طرح الأسئلة التطفلية، إنما يتطلب الأمر تشجيع الضيف على مواصلة الحديث بتحريك الرأس باتجاهه وإبقاء النظر مسلطاً عليه.

من الأسئلة البديهية (التي غالبا ما تُطرح) "كيف تشعر؟".

يبدو هذا السؤال للعديد من الناس سؤالاً ينم عن عدم الإحساس ("لقد توفي زوجي ودُمر منزلي، فكيف تعتقد أنني أشعر؟").

لعل الأسلوب الأفضل هو توجيه الأسئلة التي لا تتعدى طلب الحقائق ("ماذا حدث؟" أو "ماذا تفعل الآن؟")، فإذا رغب الضيف في الإفصاح عن عواطفه فإنه سيفعل ذلك، أما إذا لم يرغب في ذلك، تكون أنت قد أبديت ضبط النفس وقللت من جرح شعوره.

تذكر أنه لا يحق لك التطفل على عواطف الآخرين دون إذن مسبق.

إذا طُلب منك مغادرة المكان، يجب عليك أن تلبي الطلب.

لكنْ يجب ألا تغفل مسؤولياتك التحريرية، عندما تُثار حفيظة الناس، من المحتمل أن يدلوا بقول قد يكون مسيئاً لسمعة الآخرين، ففي أعقاب وقوع مأساة ما، ثمة خطر حقيقي من أن يسعى الضيوف إلى البحث عن شخص يلقون باللائمة عليه.

ولذلك، فإن السماح لهم بتوجيه اتهامات لا أساس لها من الصحة قد تؤدي إلى إحالتك إلى القضاء، أو إلى عزلك من عملك.

٥- مقابلة المواجهة:

مع أن الصحفيين يعتبرون المقابلة مناسبة للكشف عن الحقائق، فإن الضيوف قد يختلفون في رؤيتهم للأمور، وفي الواقع، غالباً ما يوافق البعض على الرد على أسئلة الصحفي دون أن تكون لديه نية حقيقية في الكشف عن معلوماته أو مشاعره، وهم يأملون في ألا يكون الصحفي صارماً في توجيه أسئلته كي يتمكنوا من إعطاء الانطباع بأنهم صريحون ومخلصون دون الإفصاح عن معلومات تُذكر.

تصور الحالات التالية:

- مرت ثلاثة أيام منذ أن أسفر اصطدام قطار عن مصرع ستة أشخاص دون أن تقدم الهيئة المسؤولة تفسيراً لسبب الحادث.
- تلقت شركة أجهزة كهربائية مبالغ من مئات الزبائن دون تزويدهم بمشترياتهم.
- رجال الإطفاء يصوتون للإضراب عن العمل، مطالبين بزيادة في الأجور، بالرغم من إدراكهم أن الإضراب لابد وأن يسفر عن وفاة بعض المواطنين.
- لم يتلق المتقاعدون مستحقاتهم التقاعدية منذ شهرين دون أي تعليق من الحكومة.

في كل من هذه الحالات، يحق للصحفي أن يطرح الأسئلة التي يود عامة الناس طرحها، والتي لهم كامل الحق في معرفة الإجابات عنها، أما إذا كان الضيف الذي تُطرح عليه الأسئلة مصمماً على تفادي الإجابة عليها، بالرغم من موافقته على المشاركة في المقابلة، فإن ذلك يؤدي إلى مقابلة مواجهة، هذه المقابلة، في أقصاها، تشبه استجواب محام لشاهد في محكمة، ولذلك، ربما لا يثير

الدهشة أن العديد من الصحفيين الذين يمارسون هذا الصنف من المقابلات قد تأهلوا في مجال المحاماة.

من المقابلات الشهيرة في تلفزيون بي بي سي، مقابلة كرر فيها المذيع السؤال نفسه سبع عشرة مرة على أحد الوزراء لاعتقاده أنه لم يتلق إجابة مرضية، مع أن هذا المثال غير عادي، فمن المناسب أن تُعنى جميع الأسئلة في مقابلة المواجهة بالقضية نفسها، ويسهم التحضير المستفيض في إعداد عدد من الأسئلة المحددة من قبيل:

- اسمح لي أن أُجمل النقاط الرئيسة... هل توافق على ذلك التفسير للأحداث؟
- أنت قلت "س" - لماذا تقول الآن "ص"؟
- هل لك أن تفسر لماذا قلت ذلك؟
- لماذا قال زميلك ذلك الذي يبدو مغايراً لما تقوله لي الآن؟
- الرجاء أن ترد على السؤال...

قد تخفق مقابلة المواجهة بعد فترة قصيرة في تحقيق هدفها، وربما يتخذ المشاهدون أو المستمعون موقفاً معادياً من المذيع إذا شعروا أنه لا يعامل الضيف بالإنصاف اللازم، إذن من المهم أن نلتزم بـ "قوانين الاشتباك"، على المذيع أن:

- يكون حازماً ومثابراً في مسعاه للحصول على إجابات عن أسئلته.
- يحاول الإلحاح على الضيف إذا أحجم عن الرد على سؤال.
- يطرح الاتهامات والانتقادات مباشرة على الضيف.
- يضمن للضيف فرصة معقولة للرد على أي انتقادات أو اتهامات.
- يلزم الهدوء وضبط النفس.
- يُجري البحث المستفيض في الموضوع، إذ إن الأخطاء تُظهر المذيع أو الصحفي بمظهر الغباء.

على المذيع أو الصحفي ألا:

- يطرح الأسئلة الإيحائية التي تثبت أن له وجهة نظر معادية تجاه الموضوع من قبيل "متى توقفت عن ضرب زوجتك؟".

- يفقد أعصابه.
- يتخذ موقفاً منحازاً مع الضيف أو ضده.

يجب ألا يُستخدم أسلوب المواجهة إلا في الحالات التي تبرر استخدامه.

٦- المقابلة الاعتراضية:

مقابلة المواجهة، عندما تصل إلى حدودها القصوى فإنها قد تتحول مقابلة اعتراضية، أو مقابلة اعتراض السبيل، أو بالإنكليزية (Doorstep)، التي تعني حرفياً "عتبة الباب"، ويقصد بالمقابلة الاعتراضية تلك المقابلة التي تُجرى مع شخص لا يرغب في الرد على الأسئلة، سواء على عتبة باب منزله أو مكتبه أو سيارته أو في الشارع أو في مكان آخر لا علاقة له بموضوع المقابلة، قرار السعي لإجراء مقابلة مع شخص أكد أنه يرفض الكلام، أو مع شخص لم تطلب منه الرد على أسئلتك من قبل لأنك تشك في موافقته على طلبك، يجب أن يكون قائماً على مبررات تحريرية سليمة، يُتخذ ذلك القرار عادة:

- لأن الشخص المعني بالأمر متهم بارتكاب جنحة أو سلوك مسلك لا يصب في مصلحة المجتمع.
- لأنه رفض مراراً الدعوة لإجراء المقابلة.

انتبه إلى أن اعتراض السبيل يعتبر عملاً تطفلياً وعدوانياً، وفي حال كنت تعمل لوسيلة مسموعة أو مرئية، فإنه قد يعطي جمهور المشاهدين أو المستمعين الانطباع بأن الشخص المعني يود التستر على شيء ما، وقد يتمكن "الضحية المظلوم" من الجدل بأن مثل هذه المقابلة تسيء إلى سمعته، من ناحية أخرى، يجب أن نثبت لجمهورنا أننا بذلنا كل جهد ممكن لعرض جميع جوانب الخبر.

٧- *المقابلة التحليلية:*

حيثما توجد آراء وتفسيرات متضاربة، من المفيد الاستعانة بشخص قادر على تفسير القضية أو الموضوع بصورة إجمالية، تهدف المقابلة التحليلية إلى تلخيص وشرح الجوانب المختلفة ووضعها في سياق تاريخي وسياسي أوسع.

المتحدث أو الخبير هو عادة شخص "ودود" مثل:

- مراسل متخصص في الموضوع (مثلاً الدفاع).
- مراسل ذو خبرة مطلع إطلاعاص وثيقاً على الموضوع أو الخبر.
- أكاديمي أو خبير خارجي.

قد يُطلب من الخبير أو المراسل الإعراب عن رأيه استناداً إلى خبرته في الموضوع أو القضية قيد البحث، على سبيل المثال:

المذيع: "ماري (Mary)- ما تقييمك لتصريحات المقدم بشأن تعزيز الفرقة المدرعة في باجارات (Bajarat)؟"

الخبيرة: "من المثير للاهتمام أن يشير المقدم إلى ذلك، يا جيم (Jim)، لأن هذا يملأ فجوة في معرفتنا لتحركات الجيش في تلك المنطقة ويساعدنا في تفهم أهدافه الأعم، إن هذا يلمح بقوة إلى أن الجيش يدرس احتمال شن عملية كبرى في المنطقة الشمالية الشرقية..."، في مثل هذه الحالات (ولكن ليس بالضرورة في جميع المقابلات التحليلية)، يتعاون المذيع والخبير في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية من أجل إنجاح المقابلة التحليلية، فالمذيع يطرح الأسئلة التي يرغب المشاهدون أو المستمعون في معرفة الإجابات عليها بينما يحاول الخبير أن يقدم تلك الإجابات، ويُعرف هذا الصنف من المقابلات أيضاً بالمقابلة الثنائية (Two-Way) أو سؤال وجواب (Q&A)، وقد يكون الصنف الوحيد الذي من المناسب فيه أن يقترح الخبير الأسئلة التي يود أن يطرحها المذيع عليه، ومن الضروري مناقشة مجالات الخبرة

والاتفاق عليها مسبقاً، فمن غير المنطقي أن يطرح المذيع سؤالاً لا يقدر "الخبير" على الرد عليه، من الأمثلة على أسئلة المقابلة التحليلية:

- لماذا حدث هذا؟
  ما معدل وقوع هذا الحدث؟
  ما الأسباب المحتملة؟
- ما الخلفية؟
- ما تأثير الحدث؟
- منْ يُحتمل أن يتأثر بالحدث؟
- ما سيحدث نتيجة للحدث؟
- ما الإجراءات التي كان من الممكن اتخاذها للحيلولة دون وقوع الحدث؟

في حال كنت تعمل لوسيلة إعلام مطبوعة أو إلكترونية، فإن المقابلة التحليلية تحظى بفرص أكبر لكي تكون أكثر فاعلية، فستكون لديك الفرصة لإعادة طرح أسئلتك، وصياغتها بالشكل الذي يحقق أقصى فائدة للجمهور، كما ستتعرف خلال المقابلة على مناطق القوة الحقيقية لدى الضيف ومن ثم يمكنك التركيز عليها.

٨- المقابلة الترفيهية:

من أهم أنواع المقابلة الترفيهية ما يمكن تسميته مقابلة الشخصية (Personality) أو البروفيل (Profile)، التي تسعى إلى تسليط الضوء على شخصية الضيف وحياته الخاصة، عادة ما يكون الضيوف نجوماً أو شخصيات مرموقة، وفي بعض الأحيان أفراداً عاديين قد تكون لهم أحياناً قصصاً مشوقة يحلو الاستماع إليها، ولا يوجد حد تقريباً للأسئلة التي يمكن طرحها، وغالباً ما يتم الكشف عن معلومات مفيدة من خلال الأسئلة المتعلقة بالحياة الخاصة للضيف:

- أين ترعرعت؟

- كيف كان والداك؟
- ما البلدة أو المدينة التي تعتبرها مكان إقامتك الرئيس؟
- ما الذي تفعله الآن، ولماذا؟
- كيف ترفه عن نفسك؟
- أطلعني على معلومة لا يعرفها الناس عنك.

مقابلة الترفيه أو الشخصية، في أقصاها، هي مقابلة النجم.

تُطرح على النجوم الأسئلة نفسها المرة تلو الأخرى، ولذلك كلما كان سؤالك متميزاً وغير عادي كلما ارتفع احتمال حصولك على رد مثير للاهتمام، ويكمن السر، كما هو الحال في جميع المقابلات، في الإصغاء، فثمة احتمال في أن يصدر عن الضيف قول يثير الدهشة ويؤدي، إن تابعته، إلى حديث شيق.

لا يوافق العديد من النجوم على المشاركة في مقابلات، إلا إذا كانوا يرغبون في الترويج لكتاب أو فيلم، ولذلك يبدو أولئك النجوم مصممين على عدم الإفصاح للمذيع/ الصحفي عن أي معلومات تخص حياتهم الشخصية، وفي هذه الحال، كل ما يأمل المذيع/ الصحفي في تحقيقه هو إجراء المقابلة على نحو يدخل المتعة إلى نفوس المستمعين أو المشاهدين.

الفصل السادس عشر

الإخراج الصحفي

الإخراج الصحفي: هو خطوة من خطوات إنتاج الصحيفة وهي الخطوة المرتبطة بالشكل الذي تظهر به الصحيفة معبرة عن المضمون الذي تشتمل عليه ومتأثرة بمعطياته كما يعني توزيع الوحدات الطباعية فوق حيز الصفحة تبعاً لأهداف يسمى لتحقيقها.

رحلة مبسطة للخبر الصحفي:

الكثير مَن يقرأ الصحف لكن القلة القليلة فقط يعرفون الكواليس التي يمر بها الخبر قبل أن يصل للقارئ بشكله النهائي وسنتعرف على هذه الكواليس المجهولة والتي تقع على عاتق المخرج الصحفي مهمة إخراجها إلى العلن، فالإخراج الصحفي هو الدينامو للجريدة ومحرك الأقسام كلها.

إن الدور الأبرز للمخرج الصحفي هو إعطاء صحيفته هوية واضحة تميزها عن باقي الصحف فضلاً عن أدوار أخرى.

والمخرج الصحفي تتم عن طريقه عملية حجز الإعلانات ويتم أيضاً عن طريقه التنسيق مع التحرير والاتفاق مع المحررين على شكل الصفحات.

ومهمة المخرج الصحفي تبدأ عبر الورق وبالتشاور مع المحرر المسؤول يبدأ العمل على تصميم الصفحة وتوزيع الصور والأخبار فيها كل حسب أهميته

والمخرج يقوم بتلبية رغبة التحرير في إبراز أحد الأخبار على الصفحة والتي تعتمد على إفراده على مساحة كبيرة وتكبير صوره بحيث إنه يكون لافتاً للنظر في الصفحة وتقع عليه عين القارئ مباشرة عند مشاهدة الصفحة لأول مرة.

وعندما تنتهي عملية الإخراج والماكيت يقوم المخرج بتسليم الصور لجهاز الاسكنر المختص بفرز الصور ومعالجتها وتحويلها إلى قسم التنفيذ مع الماكيت ليقوم المنفذ برسم ما قام به المخرج على الكمبيوتر بشكل نهائي وتركيب الصور.. ثم يطبع الشكل النهائي للصفحة على الليزر بروفة (A3) ثم إرسالها إلى قسم التصحيح تدقق إملائياً ونحوياً وصولاً إلى المرحلة النهائية وهي طباعة الصفحة في صورة فيلم وبعدها يصل الفيلم إلى قسم المونتاج.

معنى الإخراج الصحفي:

الإخراج الصحفي: هو توزيع الوحدات التيبوغرافية وتحريكها على صفحات الورق طبقاً لحركة معينة أو طبقاً لخطة معينة، وكلمة التيبوغرافية هي التعريب الذي اصطلح عليه كلمة Tiageafg باللغة الإنكليزية أو بتوغرافي باللغة الفرنسية.

الإخراج الصحفي layout علم وفن، وهو يختص بتحويل المادة المكتوبة إلى مادة مطبوعة قابلة للقراءة تؤدي الغاية التي توخاها المخرج، أو بمعنى آخر يختص الإخراج بتوزيع الوحدات الطباعية typographic units (الحروف والعناوين والنصوص والأشكال والصور والخرائط) وترتيبها في حيز الصفحة واختيار ألوانها بأسلوب يغري القارئ بقراءتها ويلفت انتباهه إلى ما فيها[1].

ويكون انتقاء الوحدات الطباعية وإبرازها وفق خطة وإرشادات مدروسة تستند إلى سياسة الصحيفة أو المجلة، فالطباعة تعنى بإعطاء الصفحة شكلها المادي المحدد من حيث المساحة المطبوعة وعدد الأعمدة ونوع الحرف وتسلسل

(1) أديب خضور، الموسوعة العربية.

الوحدات ووضوحها وتناسقها طولاً وعرضاً، أما الإخراج فهو فن تحريك الوحدات الطباعية وترتيبها وتوزيعها في عملية محددة لتحقيق غاية معينة.

وتطلق الكتابات الغربية على بناء الصحيفة المفردات الآتية: design أو make-up وتركز هذه الكتابات كثيراً على كلمة "تصميم" الصحيفة وهندستها وكأنها عمل معماري يتطلب الرسم والهندسة اللازمين لإنجازه، وهم يقصدون بذلك ما يتطلبه هذا التصميم من انسجام وتناسق وتكوين فني جميل، الأمر الذي يحتم على المخرج الفني القائم على هذا العمل أن يتمتع بحاسة فنية جمالية ومعرفة مفصلة بالمسائل التقنية لكي يكون قادراً على النجاح في مهمته، المتمثلة في إبراز المادة الصحفية والعناصر الطباعية وإعطاء الصحيفة القدرة على الجذب والتأثير، فهو الذي يتولى اختيار نوع الحروف وأشكالها، وهو الذي يحدد أماكن العناصر الطباعية على الصفحات، فإما أن يعطي الصفحة القيمة الجمالية المطلوبة أو إنه يدمر هذه الإمكانية ويقضي عليها فتصبح منفرة للقراء.

فالإخراج، على هذا النحو، يشتمل على ناحيتين أساسيتين أولاهما عملية إبداعية تستند إلى مبادئ نفسية وجمالية هدفها إعطاء الصحيفة (المجلة) مظهرها الخارجي المناسب، وثانيتهما توافر المعارف والمهارات والوسائل والتقنيات الضرورية لبناء ذلك المظهر وإنمائه الصورة المناسبة.

ويقوم الإخراج نظرياً على أساس العلاقة الجدلية بين الشكل والمضمون، وتتيح مثل هذه العلاقة إبراز ما هو عام وخاص بين الشكل والمضمون، على أن يكون للمضمون المحل الرئيس والمحدد، فكل تبدل في المضمون يفرض تبدلاً في الشكل، إلا أن الشكل لا يتبع المضمون آلياً، لأن للشكل دوره الخاص الذي تقيده قواعد داخلية تحدد أثره في المضمون كما تحدد تنوعه، وعليه فإن للإخراج الصحفي قواعده الناظمة التي يؤثر تطبيقها على مضمون الصحيفة سلباً أو إيجاباً، وهي تصنف عادة في قواعد عامة تصلح لكل زمان ومكان، كشرط توافر صحة القراءة مثلاً، وقواعد خاصة ترتبط بمدرسة معينة من مدارس الإخراج.

وقد فرض تطور الصحافة أن يكون للإخراج الصحفي أسس علمية تعتمد مبادئ نظرية تتعلق بشكل الصحيفة ومكوناتها، إلا أن البحوث النظرية في هذا المجال ما زالت في بداياتها ولا يمكن عدها علماً مستقلاً، أما التطبيق العملي فقطع أشواطاً كبيرة يمكن معها استخلاص قواعد ثابتة للإخراج الصحفي، ومن تلك القواعد تطبيق المبادئ النظرية العامة التي توجه المخرج الصحفي اجتماعياً وعقيدة وجمالياً، ومنها معرفة مبادئ الفنون التطبيقية، ولاسيما الرسوم والتصوير، وعلاقتها بالشكل والمضمون، والإلمام بالمبادئ العامة لتقنيات تكوين الصحيفة وتشكيلها، وهذه المبادئ هي الأساس الذي تقوم عليه مبادئ الإخراج الأخرى.

والإخراج الصحفي كذلك قريب الشبه من الإخراج الموسيقي، فهو يستعير من الفن التعبيري أشياء كثيرة، وله طرائقه التي يؤثر بها في القارئ عاطفياً وجمالياً، ويتوقف اختيار الطريقة المناسبة في الإخراج على مقدرة المخرج الفنية وإتقانه إخراج الصحيفة وبناءها، وعلى مهارته في انتقاء العناصر وتحديد بنيتها وتحقيق الانسجام والتوازن والإيقاع فيما بينها، وكذلك اختيار الخطوط والألوان، فعملية الإخراج ليست تقنية صرفة ولا هي فن صرف، وهذا ما يؤكد اعتماد الإخراج على الظروف التقنية السائدة في زمن معين وعلى الأسلوب أو الأساليب الفنية السائدة في ذلك الزمن، وقد عرف الإخراج الصحفي نزعات واتجاهات فنية مختلفة في تاريخه القصير، فسادت المراحل الأولى من عمر الإخراج النزعة التقنية التي كانت تسمى إلى إبراز إمكانات الطباعة تقنياً، ومع ازدهار الطباعة والصحافة، وبروز شخصية المخرج الصحفي ودوره في العمل الصحفي سادت النزعة الجمالية التي سعت إلى إضفاء مسحة جمالية متميزة على النتاج الطباعي والصحفي، وهنالك أيضاً النزعة "التنميقية" التي تهدف إلى إعطاء الصحيفة- ولاسيما الصحيفة القومية- طابعاً مميزاً، وهنالك أيضاً النزعة "الوظيفية" التي تهدف إلى توظيف عناصر الإخراج كلها نوعاً وكماً

وحجماً لتحقيق الغاية من المادة موضوع النشر مع الاستعانة بالنزعات السابقة.

ومع أن الصحافة وجدت منذ ما يزيد على أربعة قرون، فإن الإخراج الصحفي لم يدخل التاريخ إلا منذ قرن واحد فقط، فقد كانت الصحف بادئ ذي بدء مجرد نشرات تجارية موجهة إلى جمهور خاص جداً، وكانت إمكاناتها التقنية محددة تماماً، وكان يتولى الإخراج طباعيون لا يعنيهم إدراك مضمون المادة موضوع النشر ولا الهدف منها، ويقتصر عملهم على توزيع المواد المراد نشرها على الصفحة بحيث تستوعبها تماماً من دون خطة أو هدف، وفي أواخر القرن السابع عشر حدثت تطورات مهمة وتحسينات كبيرة في صناعة الصحافة، فقد تقدمت صناعة مكائن الطباعة وصناعة الحبر والورق تقدماً كبيراً، وأدخلت أساليب حديثة في مجالي التنضيد والتصوير وطورت وسائل النقل والاتصال، وأدى ذلك إلى ازدياد سرعة تواتر الأنباء وحجومها، وأدت الثورة الصناعية واكتشاف الكهرباء وتطور الصناعات الإلكترونية فيما بعد، وكذلك انتشار التعليم إلى تبدل نوعية الجمهور وازدياد عدد القراء وتوزعهم على مساحات شاسعة وفي مناطق متباعدة، كما طرأ تغير على اهتمامات القراء أدى إلى تنوع مواد الصحف ومضاعفة حجم المواد المطلوب نشرها.

وكان لظهور الإعلان وعِظَم دوره ومكانته وتنوع حاجات المعلنين ونفوذهم أثره الكبير في ازدياد انتشار الصحف وتنوعها وزيادة عددها واحترام المنافسة فيما بينها، ومال أصحاب الصحف والصحفيون إلى تقديم صحف مقروءة على نحو سريع ومريح تتجاوب مع متطلبات القارئ المعاصر المتعب المتعجل، وقد أثر ذلك كله في مضمون الصحف وأسلوب إخراجها، وغدت الصحيفة وسيلة الإعلام الوحيدة التي تعتمد تأثير الكلمة المطبوعة والصورة الملونة في القارئ.

وتطور الإخراج الصحفي مع تطور وظيفة الصحيفة في المجتمع، وفرضت على كاهل الإخراج الصحفي مهام متعددة أبرزها إسباغ شخصية متميزة على الصحيفة والتعبير عنها والمحافظة عليها، والإسهام في تحقيق سياسة الصحيفة وإبراز توجهاتها وتقويمها للأحداث والموضوعات وموقفها منها، ويكون ذلك بتبني هيكل طباعي متماسك والإفادة من المساحة المتاحة في الصحيفة أقصى إفادة ممكنة

لكثرة المواد وزيادة أهمية الإعلان اقتصادياً، إضافة إلى إعطاء الصحيفة مظهراً جمالياً يجتذب القارئ، وإيجاد علاقة مناسبة بين الشكل والمضمون، والمحافظة على وحدة الأسلوب مع التنوع في الشكل وسهولة القراءة وإبراز ما يشد انتباه القارئ ويعرّفه الموضوع ويربطه بالصحيفة.

وقد استدعى تنوع مهام الإخراج وجود مخرج صحفي متخصص يملك ثقافة فنية عالية وحساً جمالياً بمكنانه من تلبية الشروط المطلوبة منه وتطبيق أسس الإخراج تطبيقاً صحيحاً، كما اقتضت تلك المهام أن يكون لدى المخرج الصحفي ثقافة صحفية جيدة تمكنه من تقويم الأخبار والمواد وإدراك كنهها والغاية منها في ضوء سياسة الصحيفة.

المخرج الصحفي:

هو المهندس الذي يصمم الصفحات ويشرف على تنفيذها، وهو حلقة الوصل بين قسم التحرير والإعلان من جهة والأقسام الفنية والمطبعة من جهة أخرى، وهو يتوخى في عمله وحدة الأسلوب وتنوع الشكل في كل عدد من أعداد الصحيفة بما يتفق مع سياسة الصحيفة والمواد المعدة للنشر والأنباء المطلوب نشرها.

والمخرج الصحفي أقرب ما يكون إلى المصمم الفني، وهو يجمع بين الفن والصحافة، ويجب أن تتوافر لديه القدرة على الإبداع في وقت قصير يتناسب مع ظروف عمل الصحافة اليومية.

والمحرجون يقولون: "إن مهمة الفني أن يجعل القارئ يقرأ الفقرات الثلاث الأولى من الرواية الإخبارية (المنشورة)، وبعد ذلك تبدأ مسؤولية الكاتب في جعل القارئ يواصل قراءته للموضوع، أي تنتهي مرحلة الجذب الخارجي لتبدأ فاعلية المادة المكتوبة (المطبوعة)، كيف نبرز هذا الموضوع، وكيف نجعله يحظى باهتمام القارئ وبتركيزه عليه، وما هي الشروط الفنية والعناصر الطباعية التي تجعله يحظى بهذه المكانة لدى القارئ، وما هي دلالات استخدام الصور والعناوين؟ هذه الأسئلة تقع في صميم عمل المخرج الفني، وهي ضرورية أيضاً للمحرر الصحفي الذي

يجب أن يعرف أين يذهب مقاله أو موضوعه عندما يكون أصلاً خطياً مكتوباً بيده أو بالآلة الكاتبة، وما هي المراحل التي يمر بها حتى يراه منشوراً في صحيفته.

وقد شهد الإخراج الصحفي قفزة هائلة في صحافة اليوم، بسبب حداثة الأجهزة الطباعية، واستفادة الصحافة من التقدم التكنولوجي الكبير الذي يشهده عصرنا الحاضر، والتطور الكبير في علوم الاتصال ووسائله، ووسائل نقل الأخبار والمعلومات، وأصبحت أهم جوانب الإخراج الصحفي تتركز على عنصري التأثير والجمالية، والعنصر الاقتصادي وعنصر التحديث.

ويهدف الإخراج إلى تحقيق فعالية كبيرة وتأثير بصري فعال للمادة المطبوعة، سواء كانت نصوصاً مكتوبة مجردة، أو مصحوبة بالعناصر الفنية المساعدة كالصور والعناوين، وسواء كانت خاصة بالصحف اليومية أو المجلات أو المطبوعات الإعلانية، فإن هذه المادة تهدف إلى دفع القارئ للنظر إليها أولاً ثم القراءة ثانياً.

العوامل التي تتحكم في أساليب الإخراج الصحفي:

يمكن القول، إن هناك عوامل رئيسية تتحكم في أساليب الإخراج الصحفي وتراعى من قبل سكرتارية التحرير الفنية في الصحافة الحديثة وهي:

أ) الجانب الإعلامي (الصحفي): الهادف إلى إبراز المادة الإعلامية المنشورة حسبما تفرضه من أولويات القيم الإخبارية المتعارف عليها في علوم الصحافة والإعلام وهي التي تتصل بتقويم الأخبار والموضوعات ومواد النشر واختيار ما يهم الجمهور منها.

ب) الجانب الإعلاني الاقتصادي: الذي يخاطب القطاعات الاقتصادية التي تسهم إعلاناتها بتشكيل جزء هام من ميزانية المؤسسة الصحفية.

ج) الجانب الفني: الذي يوظف قدرات المطبعة الصحفية في خدمة المظهر العام للصحيفة، والأنواع الصحفية المعالجة فيها، وكذلك إظهار إمكانيات المصورين والخطاطين والرسامين من العاملين في المجالات الفنية المختلفة وهي

التي تسعى إلى تحقيق التوازن والإيقاع والوضوح وسهولة القراءة وتوفير الحيوية والجاذبية والجمال.

د) الجانب النفسي: الذي يراعي طبيعة الجمهور المخاطب من حيث السن والمستوى الثقافي والملامح الأساسية العامة لشخصية المجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة وتخاطبه، وتتصل بمعرفة اتجاهات الرأي العام وعقلية الجماهير وأذواق القراء وعادات القراءة، وتأثير الألوان فيهم.

هـ) الجانب الفيزيائي: وهي تتصل بقوانين الرؤية وحركات العين ومدى استيعابها وظروف التعرض للضوء.

وقد قطع الإخراج الصحفي شوطاً بعيداً من التقدم والتنوع بحكم التطور التقني والإنساني الذي لا يتوقف عند حد معين، ولكن الإخراج الصحفي تطور مع تطور الصحافة نفسها وتطور النظرة إلى طبيعة عملها ومهامها ووظائفها في المجتمع الإنساني، ونقل هذا التطور إخراج الصحف إلى مجالات كثيرة من الحداثة والإبداع والتنوع بعد أن كانت تماثل الكتب في إخراجها وتبويبها ومراعاة الزخارف التي تحيط بالموضوعات المنشورة فيها، وكذلك عدم التنويع في أشكال الحروف التي تجمع بها موادها، ولكن تطور مفهوم الصحافة ووظائفها والتقدم التقني الذي أصابته جعلها تتوجه لقرائها بوسائل جديدة في الإخراج تساير مضمونها المتنوع والسع دائرة الوظائف الإعلامية التي تقوم بها في وقتنا الحاضر.

أهداف الإخراج الصحفي:

للإخراج الصحفي أربعة أهداف هي:

أولاً: تيسير قراءة مادة الصحيفة على القارئ بحيث يستوعبها في أقصر وقت ممكن.

ثانياً: عرض المادة الصحفية مقدمة حسب أهميتها، فالقارئ يتوقع إبراز الموضوعات الهامة سواء من حيث مكان عرضها على الصفحة أو الوحدات التيبوغرافية المستخدمة فيها.

ثالثاً: العمل على أن تبدو الصفحة جذابة مشوقة.

رابعاً: عقد صلة تعارف وألفة بين الصحيفة والقارئ، بحيث يستطيع تمييزها عن غيرها بيسر ويسعى إليها في رغبة.

مكونات عملية الإخراج الصحفي:

الإخراج يشتمل على ناحيتين أساسيتين: أولاهما عملية إبداعية تستند إلى مبادئ نفسية وجمالية هدفها إعطاء الصحيفة (المجلة) مظهرها الخارجي المناسب، وثانيتهما توافر المعارف والمهارات والوسائل والتقنيات الضرورية لبناء ذلك المظهر وإلباسه الصورة المناسبة.

القاعدة النظرية في الإخراج:

يقوم الإخراج نظرياً على أساس العلاقة الجدلية بين الشكل والمضمون، وتتيح مثل هذه العلاقة إبراز ما هو عام وخاص بين الشكل والمضمون، على أن يكون للمضمون المحل الرئيس والمحدد، فكل تبدل في المضمون يفرض تبدلاً في الشكل، إلا أن الشكل لا يتبع المضمون آلياً، لأن للشكل دوره الخاص الذي تقيده قواعد داخلية تحدد أثره في المضمون كما تحدد تنوعه.

العناصر التيبوغرافية العامة:

يرتبط بالتيبوغرافيا ما يُعرف بالعناصر التيبوغرافية العامة، وهي (مساحة الصفحة) و(عدد أعمدتها) و(الحروف) و(الجداول) و(الفواصل) و(الإطارات) و(الصور).

١- مساحة الصفحة وأعمدتها:

تختلف مساحة الصفحة من حيث الطول والعرض بين الصحف العادية ذات الحجم الكبير والصحف النصفية (التابلويد)، حيث يتراوح طول الصحيفة العدية بين ٥٣ إلى ٥٦ سنتيمتراً وعرضها بين ٤١ إلى ٤٣ سنتيمتراً، أما الصحف النصفية

عرضها يبلغ حوالي ٢٥ إلى ٢٧ سنتيمتراً، وهناك صحف ارتأت لنفسها حجماً يقع بين الصحف العادية والنصفية كصحيفة (لوموند) الفرنسية.

٢- الأعمدة:

أعمدة الصفحة في معظم الصحف العادية يصل إلى ثمانية أعمدة بينما يصل عدد أعمدة الصحف النصفية إلى خمسة أعمدة.

٣- الحروف:

تعتبر الحروف أهم العناصر التيبوغرافية التي تظهر فوق الصفحة المطبوعة، وهذه الحروف تشكل مادة العناوين والمتون المنشورة من أخبار ومقالات وغيرها.

وهذه الحروف تأخذ أهميتها من كونها تعتبر الأساس الذي تبنى عليه وتتشكل منه المادة المعدة للنشر والقراءة، ويتوقف على حسن طباعتها ووضوحها مدى إقبال القراء على قراءتها، لذلك يحسن باستمرار مراقبتها والاعتناء بها ومراعاة ملاءمة أحجام أنماطها لطبيعة المواد المجموعة بها، نظراً لأهمية ذلك بالنسبة للقراء الذين يتكونون من فئات مختلفة ولديهم بالتالي اهتمامات متباينة وأذواق متعددة.

ويخضع تقسيم الحروف من حيث شكل الوجه إلى تقسيم يتم من زاوية النوع أو الجنس وفي هذا الإطار يمكن تمييز خمسة أجناس رئيسية لهذه الحروف يتفرع عنها عدد من الأسر التابعة لها، وهذه الأجناس هي:

١- الجنس القوطي القديم.
٢- الجنس الروماني.
٣- الجنس المائل.
٤- الجنس غير المسنن.
٥- الجنس الخطي والمقوس.

وتتعدد أجناس الحروف وتتنوع أشكالها كثيراً في الأبجدية اللاتينية بين أشكال قديمة وحديثة، الأمر الذي أدى إلى تقليص الفروق بينها في كثير من

الأحيان، وتتنوع استخدامات هذه الحروف وفق ما يرتئيه المخرجون الفنيون للصحيفة بما يتناسب وطبيعة المادة الإعلامية المراد طباعتها ونشرها، حيث يتطلب توافر الانسجام بين أشكال الحروف ومحتوى المادة المكتوبة أو المطبوعة، ولعلنا نلاحظ هذا التنوع في مختلف ما نقرؤه من عناوين الصحف الأجنبية ونصوص مقالاتها وأخبارها وإعلاناتها.

فالحروف التي تجمع بها العناوين تختلف في أنواعها وأحجامها وأشكالها عن تلك التي تظهر بها الإعلانات، وتلك التي تجمع بها مادة النصوص التحريرية، ولعل كثرة أنواع الحروف وأجناسها تساعد على تنويع الإخراج الفني وإضفاء الحيوية عليه وهو ما يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة مقروئية المادة المطبوعة، وهذا يتطلب بالطبع توافر الوضوح في الحروف الطباعية ومناسبتها لعين القارئ.

ويمكن القول، إن لكل من هذه الحروف، صفاتها وميزاتها التي تجعل الطبّاعين يلجأون لاستخدامها على أساسها، فالحروف الرومانية بما يتفرغ عنها من أسر تختلف عن غيرها من الأجناس والأسر وهكذا... ويجب أن يكون الطبّاعون على دراية تامة بطبيعة هذه الاستخدامات والمكان الملائم لها، ومعرفة التطور الحاصل في أذواق القراء والأسباب التي تجعلهم يفضلون حروفاً معينة على غيرها، وهو ما يتم التوصل إليه بواسطة الدراسات والاستطلاعات التي تقوم بها بحوث الصحافة والقراءة التي تحرص على إجرائها الصحف الكبيرة.

وأول ما يتقرر في عملية الطبع هو اختيار حجم الحرف Size مثلما يتم اختيار نوعية الورق المناسب فإن حجم الحرف يتقرر على ضوء الغرض من المادة المطبوعة والعمل الذي سوف تؤديه، فإن مهام الإعلانات غير الملصقات غير المنشورات والكتالوجات.

بالإضافة إلى ضرورة معرفة مواضع التركيز المطلوب إبرازها والتأكيد عليها داخل النصوص المطبوعة نفسها حتى يمكن تمييزها عن غيرها بحروف عميقة أو ثقيلة.

وأول ما يجب توافره في الحرف الطباعي هو القدرة على تحقيق الإنقرائية أو المقروئية، وهي تعني انسياب عملية القراءة وانتقال العين بيسر على المادة المطبوعة ثم وصول الأفكار إلى عقل القارئ بدون أي عائق.

وهناك عدة عوامل تحقق هذه الخاصية الانقرائية للحرف الطباعي تتمثل في:

أ) (تصميمه- ارتفاعه- مقاسه- كثافته- حجم الحرف).

ب) أشكال الحروف وأحجامها واتساع الأسطر.

ج) البياض الذي يوجد بين الأسطر والكلمات من أهم العوامل التيبوغرافية المؤثرة على يسر القراءة.

ومن العوامل المؤثرة على شكل الحروف الطريقة التي يتم بها طبع الصحيفة وما تتعرض له الحروف أثناء العمليات الطباعية المختلفة وخاصة في الطباعة البارزة عن طريق القوالب المعدنية الموحدة.

ويعد حجم الحروف المستخدمة في جمع المتن من العوامل المؤثرة في يسر القراءة، فالحروف الكبيرة مريحة لعين القارئ التي يجهدها صغر حجم الحروف، وتشارك ثلاثة عوامل في تحديد حجم الحروف المستخدمة في جمع المتن:

١- العامل الأول: هو الرغبة في إراحة عين القارئ بزيادة حجم الحروف.

٢- العامل الثاني: هو رغبة الصحيفة في زيادة كمية المادة المنشورة على المساحة نفسها والتي تتحقق بتصغير حجم الحروف.

٣- العامل الثالث: فهو ضرورة مراعاة اتساع الأعمدة.

ويرتبط بحجم حروف المتن كثافتها، أي مدى ثخانة خطوط الحرف وحوافه. فإذا كانت سميكة أُطلق على الحرف مسمى (بنط أسود)، وإذا كانت رفيعة أُطلق عليه (بنط أبيض)، وهما الدرجتان الوحيدتان المتاحتان في آلات جمع الحروف العربية، ووجود كلا الكثافتين في جمع الحروف أمر ضروري تحتمه عدة عوامل تيبوغرافية وإخراجية.

٤- الجداول:

وتظهر على الصفحة المطبوعة خطوط رفيعة عرضية وطولية تسمى الجداول وتقوم بمهمة وضع حدود فاصلة بين الأعمدة، وإن كانت بعض الصحف المعاصرة تستغني عنها وتستخدم بدلاً منها مسافات بيضاء تؤدي وظيفة هذه الجداول، التي تنقسم إلى نوعين يعرفان بالجداول الطولية والجداول العرضية.

كما تنوع أشكال هذه الخطوط إلى: "جدول رفيع، وجدول أبيض، وجدول نصف اسود، وجدول أسود، وجدول مجوز، وجدول منقرط، وجدول ثلث وثلثين، وجدول ثلاثة خطوط، وجدول مشرشر، وجدول متقطع، وجدول مزخرف".

٥- الفواصل الناقصة:

وتتكون الفواصل الناقصة من نوعين، فرعية ونهائية، وتتلخص مهمة هذه الفواصل بالفصل بين موضوع وآخر، أي بين خبر وآخر، أو مقال وآخر، وهي على هيئة أكثر سمكاً من خطوط الجداول، كما توضع بعض الفواصل تحت العناوين الجانبية بالنسبة لبعض الموضوعات، والبعض الآخر يشير إلى امتداد الموضوع إلى صفحات أخرى متخذاً أشكالاً زخرفية مختلفة.

٦- الإطارات:

تعتبر الإطارات التي تحيط ببعض الأخبار من عدة جهات، من العناصر التيبوغرافية، ويعطي الإطار أهمية خاصة للموضوع، كما تستخدم بعض الإطارات للإشارة إلى بعض الموضوعات التي يتضمنها عدد الصحيفة، وغير ذلك من الاستخدامات التي تتفق وطبيعة هذه الإطارات.

٧- الصور:

وهي من العناصر الأساسية لبناء الصفحة وتعتبر من عناصر البناء المهمة في الإخراج الصحفي وتشمل كافة الأشكال المصورة والخرائط والرسم البياني

والتوضيحي والكاريكاتير، وقد بدأت الصور بالحفر على الخشب ثم بطريقة التجزئة لسرعة الإنجاز سنة ١٨٥١.

ثم تبعها طريقة الحفر على المعدن بالأبيض والأسود وأصبحت الصورة بعد تطوير حفرها في مطلع القرن العشرين عنصراً مكملاً للمادة المكتوبة. والصور أربعة أنواع:

١- صورة خبرية.

٢- صورة تتصل بمضمون الموضوع الخبري.

٣- خرائط.

٤- صور جمالية لمجرد الهدف الفني (الموتيفا).

وبالإمكان إضافة إليها الرسومات العادية والكاريكاتيرية والتوضيحية.

النشر الإلكتروني والاستخدام الكامل للكمبيوتر:

بحسب جيمس فيلمي وتيد نيس بدأ في عام ١٩٨٥ الحديث عن ثورة النشر الإلكتروني إثر إخراج شركة (آبل الأمريكية) أول نظام متكامل للنشر الإلكتروني وهو يشمل طابعة ليزر رخيصة الثمن وبرنامج لتصميم الصفحات من إنتاج شركة الدوس ALDUS وقد مكن ذلك الأفراد والشركات الصغيرة من إنتاج مطبوعاتها التي تبدو في شكل احترافي مثل الكتيبات والمطبقات والنشرات بدون الاستعانة بمطابع الأوفست التي تتطلب إعداداً مسبقاً وتكاليف عالية لإنتاج المطبوعات.

وفي عام ١٩٨٧م ضمنت شركة آبل أجهزتها نظاماً كمبيوترياً اسمه هايبر كادر مكن من توفير نظام الوصل التشعبي وهو النظام الذي استخدم فيما بعد كأساس لربط الوثائق في شبكة الويب وجعل منها مكاناً عاماً للمعلومات.

وقد مكن التعاون ما بين آبل وشركة أدوبي المتخصصة في تجهيزات ما قبل الطباعة من إخراج لغة البوست سكريبت التي مكنت طابعات الليزر من إنتاج أنماط الحروف المختلفة.

وينطوي مفهوم النشر الكمبيوتري المكتبي أو ناشر سطح المكتب DESKTOP PUBLISHING على توفر جميع الأدوات التي توجد في المكتب المخصص للنشر على شاشة الكمبيوتر من أقلام وفرش للتلوين وماسحات ومسار وأدوات لتحرير النصوص وتصحيح الأخطاء وأدوات التصميم انتهاء بسلة المهملات، وهي أدوات افتراضية ضمن برامج كمبيوترية مختلفة تقوم بأداء أعمال في المكتب تتطلب في العادة أصحاب خبرة عالية لإنجازها.

ويسمح النظام بإنتاج مطبوعات كمبيوترية عالية الجودة واستخدام أنواع مختلفة من حروف الطباعة وتحديد درجات مختلفة من أحجام النصوص والمسافة بين السطور ودرجات مختلفة من الهوامش ومستويات ضبط الأعمدة وتضمين الرسومات والصور في النصوص.

وتوفر الأنواع المتخصصة للمستخدم الرسم والتلوين وتحقيق درجة عالية من التحكم في العناصر الطباعية، وتدعم إنتاج الألوان بالتحكم في مستويات الإضاءة في العناصر الطباعية، وتدعم فرز الألوان، ويمكن النظام من تحديد مستويات الإضاءة ودرجات اللون وعملية فرز الألوان، ويمكن أيضاً من مشاهدة أجزاء وتفاصيل التصميم وفق نظام يسمى ما تراه تحصل عليه WHAT YOU SEE IS WHAT YOU GET.

وبينما يمكن إنتاج المطبوعات في المكتب أو المنزل بواسطة شخص واحد يجيد استخدام البرامج المتاحة وله قدرة على تحرير النصوص وإخراجها إلا أن الوضع المثالي المتكامل يتطلب أيادي محترفة وتوزيع الأدوات والأجهزة لإدارة إنتاج المطبوعات بشكل يضمن حرفية عالية في مراحل الإنتاج وفي الهيئة النهائية للمطبوع.

وقد تم استخدام أول نظام معرب بواسطة شركة العلوم والتكنولوجيا ديوان من نظام النشر الإلكتروني الأميركي READY SET GO، هذا النظام يقف على رأسه المؤلف أو المحرر وهما يقومان بمهمة إعداد النص، ثم يأتي دور المصمم الذي يوائم ما بين المادة المكتوبة والشكل المناسب لعرضها ويقوم بتنفيذ الإخراج

وتحديد الرسومات الإيضاحية والصور المطلوبة وهو الذي يختار نوع الحروف ويحدد الكيفية التي سيظهر عليها المطبوع.

وكان هذا النظام جزئياً في بداية تطبيقه داخل دور النشر لإنتاج مطبوعات ورقية أو شرائح كمبيوترية، ثم أمكن إيصاله بالطابعات الفيلمية لإنتاج أفلام عالية الاستبانة ثم تمّ توصيله بتجهيزات إنتاج الألواح الطباعية، ثم بالمطبعة في نظام متكامل يبدأ من المحرر أو المصمم إلى المطبعة.

تأثير النشر المكتبي على الصحف العربية:

إن الأثر الذي أحدثه استخدام الكمبيوتر وتكنولوجيا النشر المكتبي في الصحف العربية يمكن ملاحظته في أمرين مهمين: الأول وهو التأثير في مستوى وأسلوب العمل داخل الصحيفة، والثاني التأثير في مستوى النشر الإلكتروني وتخزين واستخدام النصوص والصور المنشورة.

١ – التأثير في مستوى العمل داخل الصحيفة:

دخول الكمبيوتر ونظام النشر المكتبي إلى الصحيفة اليومية حمل الكثير من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير وغرف الإنتاج والتصميم والإخراج، ويمكن تلخيص أهم النتائج بالآتي:

أ) توقف الاعتماد على التليبرينتر (تيكرز) وأصبحت الأخبار تصل مباشرة إلى خوادم (Servers) مخصصة لاستقبالها ومن ثم معالجتها وتوزيعها إلكترونياً وبشكل آلي حسب قوائم خاصة بمصادر الأخبار والمناطق الجغرافية التي تغطيها والمواضيع التي تعالجها، وهذه العملية تتم بواسطة ما يطلق عليه اسم وسيط الأنباء (News Net) وهو برنامج يهتم باستقبال ومعالجة وتصنيف الأخبار الواردة من وكالات الأنباء، أو من خلال نظام خاص بإدارة وتحرير الأخبار (Editonal (System

ب) نظام الأخبار يسمح للمحرر بالاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة من مصادرها المختلفة، ويعطيه خيار الاطلاع على ما يهمه من أخبار فقط والعمل على تحريرها مباشرة على الشاشة ثم تحويلها إلى أقسام الإنتاج.

ج) استحداث أساليب جديدة في تصميم وإخراج الصفحات تتمحور حول استخدام برامج خاصة تسمح بالعمل مباشرة على الشاشة والابتعاد عما هو يدوي وله علاقة بالأسلوب التقليدي في إخراج الصحف.

د) تطور في عملية استقبال الصور من الوكالات، ففي الوقت الحالي تبث كل الوكالات الدولية صورها بشكل رقمي ما يسمح بإمكانية البحث عن الصور المطلوبة وتحميلها على الصفحات مباشرة مع الاحتفاظ بالنوعية نفسها للصورة.

٢- التأثير في مستوى النشر الإلكتروني:

نتيجة استخدام تكنولوجيا النشر المكتبي في إنتاج النصوص وتصميم الصفحات طرقت الصحافة العربية باباً آخر من أبواب تكنولوجيا المعلومات حققت فيه تقدماً لا بأس به على مستوى النشر الإلكتروني وأصبحت الصحف متوافرة على إنترنت بأشكال عدة، وتمكنت من تخزين النصوص والصور على وسائط تخزين إلكترونية بما فيه الأقراص المدمجة (CD ROM) مع قابلية البحث والاسترجاع الآلي الفوري لها، ويتنوع النشر الإلكتروني إلى أنواع مختلفة.

أنواع النشر الإلكتروني:

١- النشر على الأقراص المدمجة (CD ROM):

على الرغم من أن الصحف العربية بات معظمها يعتمد اعتماداً كلياً على تكنولوجيا النشر المكتبي في التصميم والإنتاج، فإن عدد الصحف التي بدأت استخدام تكنولوجيا التخزين والاسترجاع الآلي للنصوص وإصدار محتوياتها على أقراص مدمجة لا يتجاوز أصابع اليد الواحدة.

والصحف العربية التي باشرت إصدار أقراص مدمجة ووضعت هذه الخدمة في متناول القراء والباحثين يمكن تصنيفها في ثلاث فئات، وتندرج (صحيفة الحياة اللندنية) في الفئة الأولى التي تقدم محتوياتها على شكل نصوص قابلة للتعديل والتخزين من جديد بعد الاسترجاع، من دون أي تغيير للنصوص الأصلية المحفوظة على القرص المدمج.

أما صحيفتا (السفير والنهار اللبنانيتان) اللتان تصدران من بيروت فتندرجان في الفئة الثانية التي توفر محتوياتها على شكل صور للحقبة السابقة ونصوص قابلة للتعديل والتخزين للحقبة الحديثة.

الفئة الثالثة الصحف العربية التي تقدم محتوياتها على أقراص مدمجة كصور غير قابلة للتعديل كما في صحيفة (القبس).

هناك بعض الشركات التي تعمل على إنتاج قواعد معلومات ببليوغرافية إلكترونية لعدد كبير من الصحف العربية، وتوفر إلى جانب التفاصيل الببلوغرافية صوراً عن القصاصات الخاصة بالمواد الصحافية المعالجة في قواعد المعلومات، هذه الشركات وعملها يقع خارج اهتمام هذه الدراسة التي تتعرض إلى تجارب الإنتاج الصحافي في المؤسسات الإعلامية التي تستخدم تقنية النشر المكتبي في إنتاج الصحف اليومية.

- مدارس الإخراج الصحفي (أهمية الصفحة الأولى إخراجياً):

تعطى الصفحة الأولى من الصحيفة المكانة الأولى في الإخراج، فهي الواجهة التي تعبّر عن شخصية الصحيفة وتبين سياستها وتوجهاتها من خلال ما تعكسه من جوانبها المتميزة المتمثلة في شخصيتها الخاصة المرتبطة بسياستها التحريرية وعن قواعد إخراج الصفحة الأولى نشير إلى ضرورة مراعاة بعض القواعد الخاصة.

وثمة مدارس ثلاث رئيسة لإخراج الصفحة الأولى من الصحف اليومية

أولها المدرسة التقليدية التي تقوم على أساس التوازن الطباعي في الشكل، وتتصف هذه المدرسة بالرتابة والبعد عن الإثارة، وفيها مذاهب كثيرة تختلف فيما

بينها حول مفهوم التوازن، ومن أبرز هذه المذاهب مذهب التوازن الدقيق ومذهب التوازن النسبي.

أما المدرسة الثانية فهي المدرسة المعتدلة التي تقوم على نبذ فكرة التوزان المتعمل والجامد وتطبيق المبادئ الفنية في التعبير مع تحقيق الانسجام بين أجزاء العمل لتخرج الصحيفة وحدة متناسقة متناغمة، ومن مذاهب هذه المدرسة مذهب التوازن اللاشكلي الذي يتجنب قيود الشكل الهندسي، ومذهب التربيع الذي يقوم على أساس تقسيم الصفحة أربعة أقسام متساوية، ومذهب الإخراج المختلط وهو مذهب متطرف يتعمد فيه المخرج المركز الذي يقوم على تطبيق نظرية البؤر لإبراز الموضوع الأكثر أهمية من بين سائر موضوعات الصفحة.

أما المدرسة الثالثة فهي المدرسة المحدثة، وهي امتداد لحركة التجديد في الفن وفي الطباعة، وتسعى إلى أن تكون الصفحة معبرة عن مضمونها تعبيراً حياً طبيعياً من دون تقيد بأي شكل أو تقليد طباعي، ومن مذاهب هذه المدرسة مذهب التجديد الوظيفي الذي يرى أن الوظيفة هي التي تحدد شكل الصفحة وبنيتها، ومذهب الإخراج الأفقي الذي يعد تطويراً لفكرة حركة العين أفقياً وليس عمودياً في أثناء القراءة، ومذهب الإخراج المختلط وهو مذهب متطرف يتعمد فيه المخرج تحطيم كل قيود الشكل، ولا يرى في الصفحة وحدة متكاملة بل يعالج كل موضوع من موضوعاتها معالجة مستقلة.

- *الصفحات الداخلية:*

تتميز الصفحات الداخلية في الصحيفة من الصفحة الأولى بأنها تجمع بين مواد التحرير والإعلان، ويجب عند إخراج هذه الصفحات تحقيق التوازن والانسجام في عرض موادها وشد انتباه القارئ إلى ما تحويه، ويسهم قسم الإعلان إسهاماً كبيراً في تصميم هذه الصفحات وحجز أماكن الإعلان فيها، وله في ذلك أساليب منوعة، أما المخرج فيختص بتوزيع مواد التحرير على المساحات المتبقية منها.

المجلة تتميز عن الصحيفة إخراجياً:

تزداد أهمية المخرج ودوره في إخراج المجلات لأسباب كثيرة، ومن هذه الأسباب تنوع المجلات من حيث أدوار صدورها وحجمها وطرائق طباعتها ونوعية الورق المستعمل والألوان، وجمهور المجلات أشد خصوصية في الغالب من قراء الصحف فقد يكون أكثر جدية وأعلى ثقافة وأشد تعلقاً بالمجلة التي يفضلها، كما أن المجلة توفر للمخرج إمكانات أكبر لتطبيق أسس الإخراج الفنية والتصرف بحرية مع إعطاء المجلة شخصية مميزة وإسباغ نكهة خاصة عليها ومساعدتها على مزاحمة التلفزيون والمجلات الأخرى، وتتميز المجلة عن الصحيفة في أن لها غلافاً وجسماً، ولكل منهما خصائصه وأسلوب إخراجه.

من أين يبدأ إخراج المجلة:

يبدأ إخراج المجلة بالتخطيط للعدد المقرر منها، واختيار المواد والعناصر التي يتضمنها كل موضوع سينشر في ذلك العدد، ثم توزيع المواد على الصفحات ووضع نماذج العرض والتصميمات المناسبة لها، ويعد تصميم الغلاف أهم أعمال المخرج، إذ يفترض فيه أن يعبر عن رأي المجلة وأن ينسجم مع شخصيتها وأن يجتذب القارئ إليها ويحقق انتشارها، وقد يكون الغلاف موضوعاً مستقلاً بذاته، أو إيضاحاً لموضوع حوته صفحاتها الداخلية، أو مجرد لوحة جمالية، أو رمزاً لا غير، أما جسم المجلة فيجب أن يحقق تماسك مواد المجلة وتعاقب موضوعاتها بأسلوب يدفع القارئ إلى مطالعتها من دون كلل من الغلاف إلى الغلاف.

الأذنان وهما الحيزان اللذان يقعان على يمين ويسار اللافتة، العنق ويمثل الشريط الواقع تحت اللافتة، اللافتة ويقصد بها اسم الصحيفة وشعارها، وعن الوحدات الثابتة في الصفحة الأولى نرى أن رأس الصفحة يمثل الجزء الثابت من مساحتها ويستمر لفترة طويلة نسبياً كما نرى رأس الصفحة الأولى يتكون في الغالب من ثلاث وحدات ثابتة هي:

- العناية بالتصميم الأساس للصفحة باستخدام القواعد العلمية الخاصة بذلك.
- أن تكتسب الصفحة الأولى شكلاً إخراجياً حديثاً عن كل الصفحات الداخلية.
- أن يعكس إخراجها اهتمام المحررين برغبات القراء.

الفصل السابع عشر

عندما تعتزم الدخول إلى عالم الصحافة

معظم كبار الكتاب- في الشرق والغرب- بدأوا أو واصلوا الكتابة في المطبوعات الدورية الصحفية، قبل أو بعد الانصراف لتأليف الكتب، هذه الظاهرة ما زالت سائدة وشائعة حتى هذه الأيام، معظم الكتاب المعروفين المعاصرين نجد أسمائهم في الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية- متخصصة أو غير متخصصة، وللظاهرة أسباب عديدة ومتباينة، قد يكون من بينها العائد المالي السريع والمجزي - أحياناً- خلافاً لعائدات الكتب القليلة والشحيحة، وقد يلجأ الكاتب إلى الصحف، ليكون دائماً في أذهان الناس وذاكرتهم، أو التماساً لشهرة من خلال رأي أو فكرة لا يتسنى له طرحها في كتاب باهظ التكاليف قليل التوزيع.

لا يفترض في الصحفي العادي كاتب التحقيق أو المقال أن يكون ذا باع طويل في معرفة تأليف الكتب والدراسات التخصصية، أو الأطروحات الجامعية، يكفيه الوضوح والبساطة ومعرفة أسرار اللغة ومقومات الكاتب: كالدأب والصبر والجلد وامتلاك ناصية قدر معقول من ثقافة عامة.

نصائح مهموسة:

للذين يعتزمون بداية حياتهم المهنية بالكتابة للصحف والمجلات، تزجي معاهد تعليم الكتابة وترويج بضاعة الكاتب، بعض النصائح المهموسة:

❖ ألق نظرة متفحصة على موضوعات المطبوعة (صحيفة أو مجلة) ومن نوعية المقالات والتحقيقات والافتتاحيات التي تزخر بها يمكنك الحدس بالخط

العام الذي تتجه تلك المطبوعة، ومن ثم قدرة التخمين عن أي الموضوعات مستحب ومرغوب، وأيها نافر ومرفوض، استخدم تلك الإيماءة بذكاء، فالصحف متعددة التوجيهات والأهداف، ومنها ما يتوجه إلى عمر معين، منها ما يتخصص بالثقافة، أو الأزياء أو التغذية أو الصحة أو الرياضة أو التاريخ.. الخ.

راقب ليس الموضوعات فقط، إنما الصور المنشورة والرسائل الموجهة للمطبوعة، والعناوين الرئيسية والهامشية، إنها تعطيك لمحة عن الفئة التي تتوجه إليها المطبوعة والشريحة البشرية التي تقرأها، وبالتالي تمدك بالأفكار التي يمكن استثمارها عند الكتابة، أنت لا تبيع كتابك للقراء مباشرة، انك تبيع- وبصعوبة بالغة- للمحرر أو سكرتير التحرير، وعليك إبهاره أو إقناعه بجودة وجدة وجدوى كتابتك، فالمحرر مهما تظاهر باستغنائه عن موضوعات غير تلك التي يوفرها له المحررون الدائمون (الموظفون) فأنه لن يصمد طويلاً أمام مقال جيد وجديد وفريد، المحرر أو سكرتير التحرير لا يمكنه كتابة المجلة لوحده أو اعتماد المحررين الدائمين، المجلات الناجحة دائماً تعتمد على كتاب من خارج المؤسسة أو حلقة المحررين الدائميين.

* أرسل وأرسل ولا تيأس:

المحرر يعمد إلى ملء صفحات مجلته بما بين يديه من مواد متاحة وفرها له المحررون، ولأن ماكنة الصحيفة دائمة الدوران لا تتوقف قط فأنه دائماً في شحة إلى الجديد والمثير، اكتب للمجلة التي تستهويك موضوعاتها، ولا يحبطنك عدم النشر في الأسبوع الأول أو الثاني، فقد تجد موضوعك- منشوراً باسمك في الأسبوع الثالث أو الذي يليه، وما عليك إلا استثمار المبادرة بإرسال موضوع ثان وثالث، وعندها ستجد نفسك صديقاً دائماً للمجلة وتكون قد دخلت عالم الصحفي الخارجي ومهدت للدخول إلى بلاط صاحبة الجلالة من البوابات الواسعة

* اليقظة والذاكرة الحية والفكر الخلاق والضمير الواعي ونزعة الطفل المشاكس التي لا تكف عن السؤال، ولا تكتفي بإجابة ولا يقنعها جواب، هذه سمات الصحفي إضافة إلى الصفات العامة الواجبة الحضور في الكاتب الأديب

والكاتب الباحث، ثمة قول ينسب لأرسطو استخدمه الكاتب الانكليزي كبلنغ رايام، في كتابه الواسع الانتشار: الكتابة للمتعة والفائدة، يقول إني أسخر خمسة من المخلصين في أي عمل صحفي أقوم به، هؤلاء الخمسة هم أساتذتي: ماذا ولماذا ومتى وأين وكيف ؟

ويضرب لنا مثلاً، يقول تخيل انك ذهبت لشاطئ النهر أو البحر لتقضي عطلتك السنوية أو عطلة نهاية الأسبوع وهناك شهدت الطحالب تمور وتروح مع الموج على الشاطئ وفي خضم الماء، هنا، ستنادرك كل رغبة في قضاء الإجازة على أي وجه: مستلقياً على الرمال محدقاً في الأفق، سابحاً في المياه الدافئة الزرقاء، متلذذاً بطبق سمك مشوي تعبق رائحته في الجو، مستمتعاً بالثرثرة مع زميل أو عابر سبيل، ستتوارى كل رغباتك تلك، ويتحرك فيك الحس الصحفي، عصا تلاحقك، أفعى تلوب في صدرك ولا تترك لك فرصة أو تستكن أو تستريح، طحالب على الشاطئ، يا للغرابة، يا للمتعة.

- ما هي هذه الطحالب؟ كيف تتكاثر وتنمو؟ من نوى أم جذور؟
- هل هي سامة؟ نافعة، غير ذات منفعة ولا ضرر؟
- هل تنمو في المناطق الضحلة المياه، في المناطق الباردة؟ الحارة؟
- كم هي بعيدة عن قاع البحر، هل تحتاج للهواء والضياء وهي على ذلك البعد، هل تحتاج لسماد؟
- كم عدد أنواعها؟ ما أشكالها؟ ما ألوانها؟
- هل بالإمكان تسخيرها كغذاء، لسد النقص في سلة الغذاء العالمي مثلاً؟
- هل صحيح أنها وجبة شهية على موائد أهل اليابان؟
هل يمكن استعمالها كمطيبات لما لها من نكهة حادة غريبة؟
- هل من علاقة للطحالب بالبيئة؟ تحسنها؟ تزيد في حدة تلوثها؟
- ما تأثيرها في الأحياء المائية الأخرى؟

بعد أن تتوارد كل تلك الأسئلة على ذهن الصحفي، ينقطع خيط التمتع بالعطلة وتبدأ المتعة بالكتابة.

أحد الصحفيين البريطانيين فعل هذا، فكتب لصحيفته، ثم لمجلة متخصصة، ثم لمركز بحث، ثم انتهى به الأمر إلى تأليف كتاب ضخم عن الطحالب والأعشاب البحرية في العالم، حقق مبيعات خيالية بعد أن اختار له عنواناً شيقاً استقاه من نتائج أبحاث مركز البحوث، مفاده أن كثيراً من المنشطات الجنسية تستخرج من خلايا طحالب البحر.

"ابحث عن خصوبتك الجنسية تحت سطح البحر".

تبدو الكتابة للمجلات والصحف سهلة ويسيرة، وما هي سهلة ولا يسيرة سهولتها سهولة شرب الماء العذب المقطر من مياه البحر، معبأ في قارورة أنيقة، جاهزاً وفي متناول اليد.

عن ماذا تكتب وكيف؟

في الصحافة هنالك دائماً، موضوع ناجز للكتابة، يفتح ذراعيه مرحباً بأي طارق، ابتداء من سقوط طفل في حفرة مجاري إلى استقالة رئيس وزارة.

كل شيء في هذا الوجود أرضاً وسماوات ومجرات يستحق الكتابة إذا عرف الكاتب من أين يبدأ وإلى أين ينتهي، وهو لا يعدم أن يجد موضوعاً جديداً في كل دقيقة وعلى مدار ساعات الليل والنهار.

◆ الأصالة احد أعمدة الثبات التي يقيم عليها الصحافي بناء شواهق عمارته، والأسلوب الخاص، المتميز أو المتفرد مطلوب يعززه حس مرهف وثقافة عامة وتوجه إنساني نبيل.

اشترط الصدق والأصالة والنبل في كتابة الصحفي قبل اشتراطها في الكاتب الأديب منطقي، فرصة قراءة كلماته وأفكاره وآراءه التي تعانق عيون القراء كل يوم، لا تتوافر للأديب الذي قد لا يقع كتابه بين يدي القارئ إلا كل شهر أو عدة شهور أو حتى سنوات، وفعل القراءة اليومية في التوجيه النفسي وعبر

العقل الواعي واللاشعور فعل خارق كالسحر أو المعجزة، من هنا تجئ أهمية الصحفي وقدر مهماته الجليلة.

وكلما عرف الصحفي دقائق الموضوع الذي يكتب عنه، وأحاط ببطانته وخباياه كان ذلك أدعى لتحقيق النجاح المطلوب، وغني عن الذكر وجوب توافر الحد الأعلى من الثقافة، لتوطيد ثقة القارئ بكاتبه وما يكتب عنه.

◆ هل يضع الصحفي جزءاً من ذاته في الموضوع الصحفي؟ خبرته مثلاً أو تجاربه أو همومه أو جدله ؟ يبدو الأمر مقبولاً في مدارس تعليم الكتابة، بل يبدو محبباً ومحبذاً أحياناً إذا اقتضى السياق ذلك الوجود، ولكن بحدود وضوابط، فليس مقبولاً قط حشر الكاتب لنفسه في كل صغيرة وكبيرة والتحدث عن أولاده أو حبيبته أو مرضه أو هموم عمله، وليس معقولاً أن يطل على القراء بطلعته الغير بهية في بداية كل مقال ونهايته.

◆ الصحفي، كأي كاتب يجد ضالته أينما سار، أينما حلق وحط، يجد ضالته ليكتب عنها، وقد تعينه الفهارس والقواميس والكتب، لكن مذاق الصحفي الحقيقي هو الرؤية، التأمل في كل شيء وتفحص كل شيء، من قائمة إعداد الطعام إلى الأمطار الصناعية ومركبات الفضاء.

◆ الكتابة عن موضوعات عادية اكتسبت أهميتها من إنسانيتها:

إن آلاف الأطفال يموتون كل ساعة دون أن يسترعي موتهم انتباهة احد إلا الكاتب الصحفي، الكتابة عن طفل يصارع الموت بعد إصابته بالسرطان لكنه يدحره ويحاول الانتصار عليه فيعب من مباهج الحياة حتى اليوم الأخير، ويصر على رؤية مباراة في كرة القدم بين فريق يشجعه وخصمه قبل أن يغمض عينيه في إغفاءة أخيرة.

◆ إذا كان شرط الدقة والبساطة والوضوح واجباً في كل كتابة جيدة فانه في الكتابة الصحفية أوجب. مضافاً إليه شرط يبدو تعجيزياً الا وهو الإيجاز، لما لصغر المساحة المتاحة في الصحف اليومية أو المجلات الأسبوعية.

إن وضع معلومة خاطئة في موضوع ما، كاف لأن يلقمك حجراً ويسد طريقك بحجر، تذكر أن آلاف القراء وربما الملايين سيقرأون ما كتبت، ولكثير منهم عيون مفتوحة وبصر نافذ وذاكرة نشطة وهم غيورون على ما يقرأون ومتطلبون كأقصى درجات التطلب، ومنهم من هو على استعداد للكتابة منددًا أو معترضاً على أي خطأ أو تحريف أو تضليل، إن التحذلق باستعمال كلمات عويصة على الفهم لمجرد ادعاء معرفة أو التباهي بثقافة أو الزهو بمكانة، سلاح صدئ كثيراً ما يرتد إلى صدر الكاتب المدعي، فالقارئ ملول صدود، لن يكلف نفسه عناء فتح القاموس كل دقيقة ليستعلم عن معنى أو يستوضح عن اصطلاح، الكلمات غير المتداولة والغريبة صعبة على القارئ العادي مستهجنة عند القارئ المتخصص، وهذا لا يعني التمادي في استعمال الألفاظ والكلمات البسيطة حد السذاجة، الكثيرة التداول حد الاهتراء، فالإغراق في التعالي على القارئ أو افتراض غبائه وتسطحه، يجعل من كلمات الموضوع كومة من فحم وسخام أو كدساً من حجارة لا يتورع القارئ عن ركلها بقدمه ويمضي عنها دون أن يلتفت ولو التفاتة غضب.

* نوع الكتابة الصحفية:

الموضوع الذي يكتب للصحيفة، مجلة أو جريدة، ليس محاضرة تلقى على طلاب مدرسة ابتدائية أو مدرج جامعة، ليس رسالة دكتوراه ليس دراسة أكاديمية، ليس تقريراً إدارياً أو سياسياً يقدم لرئيس مؤسسة، ليس خطبة في محفل.

انه ليس احد تلك الأنماط إنما يتضمنها جميعاً، فيا للعناء الذي يلقاه الصحفي وهو يحاول جمع كل تلك الأنهار في مصب واحد ويدعو الناس للاغتراف والشرب دون غصة.

الموضوع الصحفي الناجح، ينبغي أن يثير اهتمامات القراء على مختلف مستوياتهم الثقافية والاجتماعية والسياسية، انه يخاطب العامة والخاصة، المحترفين والهواة، انه يتوجه للطالب والأستاذ والاقتصادي والسياسي والإداري ورجل الأعمال، يستدرجهم ويغريهم ويجرهم طواعية وعن رضى وطيب خاطر للقراءة، وفي اللحظة التي يكون فيها العنوان الموحي قد أثار شهية القارئ والبداية البارعة قد أنشبت

أظفارها في عيونه، عند ذاك تجيء براعة الكاتب الصحفي ومهارته وقدرته على الإمساك بتلابيب المتلقي ومنعه من إلقاء الصحيفة جانباً أو مللاً وحمله على التهام الموضوع حتى آخر مضغة فيه.

الجمل القصيرة أفضل من الطويلة، وفي دراسة أعدتها إحدى الجامعات الأمريكية ثبت أن ١٠٪ من القراء فقط يفهمون الجمل الطويلة التي تزيد على ٢٥ كلمة هذه القاعدة يمكن خرقها عند استثناءات الضرورة شرط الا تخب بجماليات الجملة ولا ببلاغة الكلمة، وقد ينصح بها الكاتب المستجد غير المتمرس الذي لم يعجن الكلمات ويخبزها بعد.

ولكن جعل كل الجمل قصيرة، مخل أيضاً، فالموضوع وأسلوب عرضه هو الذي يفرض نفسه في اختيار طول الجملة، لا تتشبث بنوع واحد من الجمل ولا تشغل بالك بعدد الكلمات كلما انتهيت من كتابة المقطع، إن ذلك يشتت الأفكار ويفسد جمالية الفكرة، علاوة على انه مربك ومفسد لمتعة التواصل في الكتابة.

الجمل الطويلة تهدهد القارئ وتدفعه للملل وربما للنعاس، أما القصيرة فتحفزه وتحثه وتدفعه للوثوب بين المقاطع بخفة وحيوية واندفاع.

لا بأس أن يستعين الصحفي ببعض تجاربه الشخصية، او تجارب الآخرين أو أقوالهم، وما يتحصل له من قراءة المقتبسات أو الفهارس أو أمهات الكتب على ألا يتمادى في الاتكاء على تلك الآراء أو يتمكز على الكتب.

ليس هناك أسوأ من موضوع صحفي، يبدأ بداية حسنة وينتهي بخاتمة غير موفقة، انه دلالة سيئة على الإفلاس والعي وإشارة على استنفاد كل ما في الجعبة من افانين اللعبة، لا مناص من اختيار نهاية مقنعة للموضوع، سلباً كان أم إيجاباً، تأزماً كان أم فرجاً.

ومهما كانت أسباب العجز عن إيجاد نهاية مقبولة فلا ينبغي التخلي عن بلوغ تلك الغاية، أما إذا كان العجز فادحاً فخير طريقة للتخلص من المأزق ترك

النهاية مفتوحة، بإشراك القارئ وتوريطه في حيرة البحث الدائب عن نهاية معقولة للموضوع

اللقاء الصحفي:

من مزايا الصحفي الناجح قدرته على إجراء اللقاءات مع الناس وإدارته الحوار بلباقة وذكاء، بمهارة وحذق.

خير مثال على ذلك حوارات البارع محمد حسنين هيكل مع القادة والزعماء الذين أدار معهم الحوار ومزج التاريخ بالجغرافيا بالسياسة بعبق البخور ونكهة التوابل.

قد يتعلل كاتب مبتدئ ويبرر: من يرتضي مقابلتي وأنا كاتب مبتدئ لم يسمع به احد ولا يثق بقدراته احد ؟

والجواب يحتمل الوجهين، فإذا كانت مقابلات الأثرياء والمشاهير والقادة وكبار السياسيين أو رجال الأعمال، مقصورة على نفر معروف من الصحفيين فكيف يبدأ هؤلاء مهنتهم ؟ لقد بدأوا المقابلات من أسفل السلم، ثم ارتقت مهاراتهم بالصعود.

إن الصحفي الناشئ لا يعدم أن يجد أحداً يجري معه مقابلة ساخنة تتحدث عنها الأوساط الصحفية، الأدبية، وربما السياسية، أحد الصحفيين في العراق أجرى مقابلة مع شحاذ، ثم أراد خوض تجربة المعاناة التي تحدث عنها وتفاعل معها، فخلع ثيابه الغالية وارتدى أسمال شحاذ، لشهر كامل وهو يعيش بين الشحاذين يأكل من طعامهم، ويتحدث أحاديثهم، ويتعرف إلى مصطلحاتهم الغريبة ويفض أسرار المهنة، وكان تحقيقه عن الشحاذة والشحاذين مدار حديث المدينة لبعض الوقت.

أو ذاك الصحفي الذي أجرى لقاء مع المعوق النابغة الذي يرى الألوان باللمس بعد فقدانه البصر.

هناك مواضيع لا عد لها ولا حصر لها، نفر من الناس من كل الشرائح الاجتماعية ومن كل الأجناس، يمكن إجراء مقابلات فيها متعة وطرافة وكدس من خبايا الأسرار والمعارف.

ثمة كتب عديدة، تعلم فن أدارة الحوار وكيفية أنجاح مقابلة ببراعة ومهارة وحذق.

- في أثناء المقابلة لا تجعل من نفسك علاّمة له في كل علم باع، ولا تستصغر شأن نفسك فتبدو ضئيلاً أمام محدثك العملاق.
- حاذر من إحراج الآخر – رجلاً كان أو امرأة – بالسؤال عن عمره وحسبه ونسبه أو عائلته أو عمله، أو تحمله على فض سر من أسراره، استدراجاً أو عنوة.

اللهم إلا إذا رغب الآخر بذلك، أو دعا إليه دعوة صريحة.

- البداية مهمة لكسب ثقة الآخر والفوز بإعجابه، (ليس بالضرورة كسب محبته) بإضفاء انطباع التواضع مع ما عندك من علم غزير، وجمع الأدب مع ما عندك من شهرة.
- إياك والتعالي عند التحدث مع محدثك، مهما كان شأنه أو منزلته أو مقامه.
- أنثر نثار الألفة والمحبة بينك وبين محدثك، وما أن تنكسر حلقة الثلج القائمة بينكما عند ذلك يمكن تنفس الصعداء، وتوجيه ما تشاء من الأسئلة دون إخلال بقواعد المقابلة أو قوانينها أو شروطها.
- لا ينصح ابتداء بتسجيل أي شيء على الورق قبل أن ينكسر جدار الثلج، فالشخص المقابل سيتحرز من كل كلمة يقولها، وسينصت إلى نبض السؤال وأحياناً سيزعجه حتى صرير القلم.
- من المستحسن توجيه سؤال للشخص: هل يمكنني تسجيل بعض النقاط للاستهداء ؟ ولكن احرص – في مقابلات من هذا النوع – أن تبدأ بتسجيل كل ما علق بذاكرتك حال انتهاء المقابلة، فالأسئلة والأجوبة ما زالت تنبض بحيويتها وحرارتها، اجلس للكتابة على التو لا تدع الأمر لليوم التالي أو الساعات التالية، ستجد في الغد أن الموقد قد خبت جمراته، ولم يبق في الذاكرة إلا أشباح أسئلة وظلال جواب.
- شيوع آلات التسجيل الحديثة ساعد كثيراً على التخفيف من عناء الصحفي الذي يلتمس المقابلة، ولكن حتى مع آلات التسجيل فكثرة من الشخصيات

لا ترتضي تسجيل المقابلة على شريط اللهم إلا أن تكون محاضرة أو ندوة للنقاش أو للمداولة.

إن اللجوء إلى آلة التسجيل، يعفي الصحفي من كثير من الاتهامات التي قد يوجهها الآخر للصحفي، أنه تلاعب بالألفاظ أو حوّر بالكلمات، حيث يمكن اعتماد التسجيل نفياً لكل اتهام أو سوء فهم، ولا يغيب عن البال فحص جهاز التسجيل قبل البدء والتأكد من سلامة الشريط وصلاحية الجهاز للعمل، واصطحاب شريط أضافي تحسباً من طول المحاضرة أو تشعب اللقاء.

لقد ضيع كثير من الصحافيين أجمل اللقاءات وأحلى المقابلات، حين اكتشفوا بعد العودة إلى البيت أن الشريط قد حشر في الآلة بعد الدقائق الأولى وليس على الشريط إلا همهمة لا تكاد تبين، الكاتب الناجح لا يكتفي بالمقابلة، انه يود التواصل مع "ضحيته" لاستخلاص أكبر قدر من المعارف والمعلومات، سيما إذا كان الآخر شخصية مرموقة في الثقافة أو الاقتصاد أو العلوم، فيسأل عن إمكانية إعادة الكرة كلما اقتضى الأمر، ولا بأس من التبسط معه وطلب رقم هاتفه أو عنوانه، ليهاتفه أو يكاتبه كلما جد جديد، لا تكن خجولاً ولا متردداً.

الصحفي البارع يتسامى بالأدب الجم، بالحياء، ويتضاءل بالخجل، يحييه الإقدام ويقتله التردد، وهو الذي ما اجل مهامه الكشف بالاقتحام، إن إرفاق المقابلة بصورة أو صور معبرة عن الموضوع، يعزز من قيمتها الموضوعية والتوثيقية، ويمنحها عمقاً ودلالة، حبذا لو اصطحب الصحفي كاميرته معه عند التوجه لمثل تلك المهام.

المقالة الصحفية:

إذا كان من صلب وظائف الكتابة، الإخبار والإمتاع والتأثير والإقناع، فأن المقالة الجيدة تؤدي وظيفتها على أحسن وجه.

المقالة - كما يعرفها د. علي جواد الطاهر - نوع من الأنواع الأدبية الإنشائية، يعبر بها الأديب، نثراً عن حالة من حالات مشاعره أو طوراً من أطوار حياته، فينقل إلى قارئه تأثره بما رأى أو سمع أو أحس، عبر صورة جميلة مستمدة

من خيال صاحبها، فيستهوي القارئ بجمال أدائه وطراوة تجاربه، وإذ هي بالأساس قائمة على أساس تجربة شخصية وان كانت الموضوعية السمة المميزة له، وكلمة "المقالة" ليست غريبة على اللغة العربية، وان كانت دلالتها الفنية محدثة في الأدب العربي، ولعل تاريخ المقالة بهذه الدلالة يرتبط بتاريخ الصحافة وهو تاريخ لا يزيد عمره أكثر من قرنين من الزمان بكثير، ومعنى ذلك أن المقال قد دخل الحياة الأدبية بعد أن اخذ وضعه في الآداب الأوروبية، وقد يعد بعضهم "رسائل إخوان الصفا" من قبيل المقالات الطويلة التي قد تستغرق عشرات الصفحات.

أما المقالة في قالبها الحديث، فتتميز- بالقصر نوعاً ما- وبالإيجاز، كونها لا تشمل كل الحقائق والأفكار المتصلة بالموضوع، فليس لها سمات البحث، ولا أوصاف الدراسة، ولكنها قد تختار جانباً واحداً من جوانب الموضوع لتجعل منه محل اعتبار، وهنا تجئ براعة الكاتب، وتتجلى براعته في اختيار الموضوع وكيفية عرضه وانتقاء ما يغنيه بالمعلومة الدامغة أو الرقم الدال والحذق الكافي لتوزيع درجات القوة بين ثنيات الحقائق الواردة فيها مع ما يقتضي من المهارة في إضافة الوشي للاستهلال، وتقطير الخاتمة كتقطير العطر من مجموعة الزهور.

وإذا كان المقال قد أعفي من أن يكون حشداً متراكماً من المعلومات أو أن يثقل الكم الهائل من المعرفة للقارئ، فهو لابد من أن يحمل شيئاً من شخصية الكاتب، لا في أسلوبه فحسب، بل في نوعية المواضيع التي يختارها وما يضيف إليها من خبرته الشخصية وتجاربه في الحياة.

وقد يبدأ المقال فكرة في رأس الكاتب، تختمر في ذهنه وتنمو حتى تأخذ شكلها السوي الأخير وهي من تلك الفترة تتغذى وتستقي من ملاحظاته وتأملاته المتعددة، ومن لقائه بالناس، وزياراته للاماكن، لذلك قلما يخلو المقال الناجح من المثل والطرفة والحكاية والمصطلح والنادرة واللمحة التاريخية، والدالة الجغرافية وغير ذلك.

ولما لم يكن للمقال ميدان محدد، فقد أستغل حريته ليتوزع على أكثر من فن ويلبي الحاجة على أكثر من صعيد، فهناك المقال السياسي والاجتماعي والاقتصادي والنقدي والأدبي والرياضي والى غير ذلك وفي شتى الحقول

وكثيراً ما نعتت الصحافة العربية في مطلع هذا القرن أنها صحافة مقال، إذ كانت المقالات تشكل الوجبة الرئيسية من صحف تلك الأيام، حيث استقطبت أقلام عمالقة الكتاب من ذلك الجيل، والذين أثرت كتاباتهم في الحياة الأدبية والثقافية لردح طويل من الزمن، ومنهم العقاد والمازني وطه حسين ومصطفى لطفي المنفلوطي والرافعي ومحمد عبده وغيرهم كثير.

في بداية ثورة الاتصالات التقنية، وانتشار الراديو وتيسير الاتصالات الهاتفية مع مطلع الخمسينات، سادت النزعة الأخبارية على الصحافة، وانحسرت قليلاً أهمية المقالة "التحليلية والفكرية" لتوصف صحف تلك الحقبة بأنها صحافة خبر، ولكن سرعان ما استعاد فن المقالة عافيته، وما زال حتى الوقت الراهن بعدما غدت المقالات تشكل وجبة غنية لا يمكن الاستغناء عنها في الصحف اليومية، والتي هي صحافة خبر بالدرجة الأساس، ناهيك عما تشكل من عمود فقري لمعظم المطبوعات الدورية والمجلات سيما الأدبية منها.

الفصل الثامن عشر

الإعلام المضلل

لا توجد تعاريف متفق عليها عالمياً للإعلام المضلل والإعلام غير الصحيح أو غير الدقيق، إلا أن العبارات المدرجة أدناه هي المستعملة غالباً.

الإعلام المضلل:

يشير إلى معلومات كاذبة أو مضللة تبث وتنشر عمداً من جانب حكومة، أو مجموعة سياسية منظمة، أو من قبل فرد، أو هيئة أخرى، والقصد من وراء المعلومات هو أساس الموضوع، فإذا كان القصد نشر معلومات كاذبة أو مضللة، فذلك إذن إعلام مضلل.

الإعلام غير الدقيق:

يشير إلى معلومات كاذبة أو مضللة تنشر عن غير قصد أو عمد، ففي حال قيام فرد بنشر معلومات كاذبة أو مضللة عن غير وعي أو قصد، يعرف ذلك بالإعلام غير الدقيق أو غير الصحيح، وليس من الممكن بالطبع التأكد من النوايا في كثير من الحالات، ولذلك قد لا يكون واضحاً ما إذا كانت المعلومات الخاطئة تمثل إعلاماً غير دقيق أو إعلاماً مضللاً.

يمكن أيضاً تقسيم الإعلام غير الدقيق إلى عدة فروع كما يلي:

أخطاء وسائل الإعلام:

وهي تحدث أحياناً كثيرة نظراً لضغط المواعيد النهائية لتقديم الأخبار وعدم المعرفة التامة.

أساطير أو أقاويل المدينة:

هي قصص غير صحيحة، لكنها مصدّقة على نطاق واسع لأنها تخاطب مشاعر الخوف والأمل أو الأحاسيس الأخرى المنتشرة بين الناس.

نظريات التآمر:

هي الاعتقاد بأن هناك قوى شريرة خفية قوية تتحكم سراً بمجرى أحداث وتاريخ العالم.

قد تساعد بعض الأمثلة الواردة أدناه في إيضاح أفضل لهذه التعاريف. الإعلام المضلل:

تشكل الحملة المضللة للاتحاد السوفيتي حول مرض نقص المناعة المكتسب (الإيدز) مثالاً كلاسيكياً على ذلك، كان لوكالة الاستخبارات والأمن القومي السوفيتية (كي-جي-بي) دائرة خاصة، عرفت باسم الدائرة "أ"، مهمتها بث المعلومات الكاذبة، فمثلاً، لفّقت الدائرة "أ" بعد اكتشاف أن الإيدز مرض جديد قصة مفادها أن فيروس الإيدز تم تطويره كسلاح جرثومي بيولوجي على يد البنتاغون (وزارة الدفاع) في فورت ديتريك، بولاية ماريلاند، وأنه استعمل في تجارب على السجناء، مما يفسر زعم الدائرة أنه ظهر بداية في نيويورك، التي وصفتها بأنها أكبر مدينة مجاورة لفورت ديتريك، والحقيقة إن هناك عدة مدن أميركية كبيرة أقرب فعلاً من نيويورك لفورت ديتريك، من بينها واشنطن العاصمة، بالتيمور، وفيلادلفيا، لكن القليل من غير الأميركيين يدرك ذلك.

في ٧ آذار/ مارس ١٩٩٢، إعترف يفغيني بريماكوف، الذي كان آنذاك رئيساً لدائرة الاستخبارات الخارجية الروسية، التي خلفت وكالة الاستخبارات والأمن القومي السوفياتية (KGB) بأن "المقالات التي كشفت المؤامرة "الخبيثة"

للعلماء الأميركيين ضد الإنسانية (بصنعهم المزعوم لفيروس الإيدز)، قد تم اختلاقها في مكاتب وكالة كي جي بي، حسبما ورد في صحيفة إزفستيا الروسية في عددها الصادر في ١٩ آذار/مارس ١٩٩٢، كان السوفييت على علم بأن المزاعم باطلة، ولكنهم نشروها كجزء من سياستهم في نشر أكاذيب شريرة عن الولايات المتحدة، هذا هو الإعلام المضلل.

أخطاء وسائل الإعلام

في ٦ كانون الأول/ديسمبر ٢٠٠١، نشرت صحيفة لوموند الفرنسية الواسعة الانتشار مقالة ذكرت فيها أن حميد كرزاي، الذي أصبح فيما بعد رئيساً للحكومة المؤقتة في أفغانستان ثم رئيساً للجمهورية الأفغانية، "عمل لفترة مستشاراً لشركة النفط الأميركية "يونوكال" (UNOCAL) عندما كانت تدرس مشروع مد خط أنابيب للنفط في أفغانستان، هذا التصريح غير صحيح، فقد أكد المتحدث باسم شركة يونوكال، باري لين أن البحث الشامل في كافة سجلات الشركة أظهر أن السيد كرزاي "لم يعمل أبداً كمستشار ولا حتى موظف لدى يونوكال"، وقد تكرر هذا الخطأ الأساسي الذي ارتكبته اللوموند من قبل صحف أخرى ومواقع إنترنت مرات عديدة مما وسع انتشار هذا الإعلام غير الصحيح.

أساطير أو أقاويل المدينة

من الأمثلة الكلاسيكية على أساطير أو حكايات المدينة، خرافة ما سمي "أعضاء الأطفال"، تزعم هذه الخرافة خطأ أن الأميركيين أو غيرهم، يخطفون أو يتبنون أطفالاً من أميركا اللاتينية أو مناطق أخرى ليستعملوا أعضاء أجسادهم في عمليات زرع الأعضاء، بدأت هذه القصة غير الصحيحة على الإطلاق تنتشر كشائعة تناقلت شفهياً ثم وجدت طريقها إلى وسائل الإعلام في غواتيمالا العام ١٩٩٧، وجرى تداولها على نطاق واسع منذ ذلك الحين، نالت وسائل الإعلام التي أكدت في تقاريرها هذا الزعم الخاطئ أرفع الجوائز الصحفية في فرنسا العام

١٩٩٥ وفي إسبانيا العام ١٩٩٦، ويتناول تقرير وكالة الإعلام الأميركية الذي يحمل عنوان: "شائعة المتاجرة بأعضاء الأطفال: "أسطورة مدنية" حديثة،" أصول هذه الشائعة وانتشارها في وسائل الإعلام العالمية، وقدمت الوكالة تقريرها إلى المقرر الخاص للأمم المتحدة حول بيع الأطفال، وبغاء الأطفال، والمنشورات الإباحية عن الأطفال في كانون الأول/ ديسمبر، ١٩٩٤.

أدى التقدم الحاصل في عمليات زرع الأعضاء البشرية إلى دحض خرافة استخدام "أعضاء الأطفال"، التي جعلت قصة سرقة الأعضاء تبدو معقولة في نظر البعض، وأدت التطورات التكنولوجية الأخرى إلى ظهور حكايات خرافية مماثلة، فعندما طرح فرن الميكروويف في الأسواق لأول مرة أدى التوجس من التأثيرات المحتملة لهذه التكنولوجيا الجديدة إلى ظهور قصة شخص حاول تجفيف قطته أو كلبه المبلل في فرن المايكروويف فانفجر، توفر هذه الأساطير وأقاويل المدينة مادة لحكايات أو قصصاً تناسب الآمال والمخاوف، مما يدفع لتصديقها على نطاق واسع، فمثلاً، برزت عقب هجمات ١١ أيلول/سبتمبر أسطورة تقول إن شخصاً تمكن من النجاة من انهيار مركز التجارة العالمي بركوب قطعة من الإسمنت و"التزلج" والهبوط على متنها من الطابق الثمانين إلى الأرض، لم يحصل مثل هذا الحدث، ولكن هذا التقرير الخاطئ بقي متداولاً، معبراً عن الأمل لدى بعض الناس بأن يكون بعض الذين احتجزوا في الطوابق العليا من البرجين قد نجوا من انهيارهما بأعجوبة.

النظريات التآمرية

تشبه نظريات التآمر الأساطير وحكايات المدينة، لكنها تتركز حول فكرة تقول بأن قوى شريرة خفية مسيطرة تتحكم سراً في مسيرة أحداث وتاريخ العالم، وأن الأمور ليست أبداً كما تبدو، ومن الأمثلة على التفكير بأسلوب نظرية المؤامرة الكتاب "٩/١١: الكذبة الكبيرة،" بقلم المؤلف الفرنسي تيري ميسان (نشر تحت عنوان "الخدعة المرعبة" باللغة الفرنسية)، يوحي ميسان بأنه لم تضرب

البنتاغون أي طائرة في ١١ أيلول/سبتمبر، بل إن جماعة من المتآمرين داخل الحكومة الأميركية هاجمت البنتاغون بصاروخ من طراز كروز مسلح برأس من اليورانيوم المستنفد بغية اختلاق ذريعة لتبرير زيادة الإنفاق الدفاعي والحرب ضد الطالبان، ولم يقابل ميسان أحداً من شهود العيان على أحداث ١١ أيلول/سبتمبر أو ينقل عمن قالوا إنهم شاهدوا طائرة تضرب مبنى البنتاغون، ولم يقدم أي تفسير لما حدث لطائرة الركاب التابعة لشركة أميركان أيرلاينز في رحلتها رقم ٧٧ وركابها الـ ٦٤ وطاقمها، لكن أصحاب نظريات المؤامرة يتجاهلون أو يستبعدون مثل هذه الحقائق غير المناسبة لهم مفضلين عليها مؤامرات معقدة ملتوية وعجيبة، لا أساس لها ولا دليلاً باستثناء التكهن عن غير معرفة، ورغم ذلك، تجد أفكار أصحاب نظرية المؤامرة التي تلقي اللوم على أشرار مزعومين من ذوي النفوذ الكبير جمهوراً عريضاً ممن تكون الشكوك أكثر قوة وتأثيراً من المنطق والعقل والحقائق في تكوين معتقداتهم.

الصحافة الصفراء:

درج مصطلح (الصحافة الصفراء) حتى بات ملتبساً، يحتاج إلى شرح وتوضيح أو تحديد معناه عند استخدامه غير انه يعود في أساسه إلى مصطلح آخر هو (الكتب الصفراء) وقد كان يقصد به تلك الكتب القديمة عديمة النفع والقيمة التي أكل الدهر عليها وشرب، واصفرت أوراقها وتقادمت معلوماتها، ولم تعد ذات صلة بالحاضر

ويقول صاحب القاموس المحيط: الصفرة، بالضم، السواد- من الأضداد- وقد اصفر فهو اصفر (وهي صفراء) والصفراء المرة (المرارة) المعروفة، والصفر بالتحريك. داء في البطن يصفر الوجه. واصفر. افتقر وصفرت وطابه: مات.

ومن هذه الأصول نجد أن مصطلح (الصحافة الصفراء) ومثله الكتب الصفراء إشارة ذات معنى إلى خلوها من المضمون، والى ما فيها من داء ومرض، وهزال وغرض.

واعتقد أن هذا هو المعنى المقصود بإلصاق هذا اللون وإضافته إلى الصحافة أو الكتب ليكون مجازاً يفيد القدح والذم.

وهكذا فهي صحافة تفتقر إلى الصدقية، والدقة، وتميل إلى التهويش والتهويل والمبالغة، وتعتمد على الإشاعات أو الأخبار الكاذبة أو المحرفة أو المصنوعة! وهذا يفقدها ثقة القارئ بها، ويجعلها أوراقاً صفراء، لا يطمئن لها احد ولا يكترث بما فيها احد، وقد يكون هذا الوصف عاماً أو مطابقاً لأكثر ما تحمله مثل تلك: الصحف والأوراق، لا كله.

وعلى هذا ينبغي التوقف عند مصطلح آخر هو (الصحافة الشعبية) المقابل لتسمية الصحافة الرسمية (أو الحكومية).. والذي يختلف عن مصطلح (الصحافة الصفراء)، لان صفة الشعبية تعني مدى اقتراب هذه الصحف من الشعب أو من عامة الناس.. وقدرتها على مخاطبتهم بألسنتهم ولغاتهم وحسب مستوياتهم وافهامهم.. وهو قد يذهب إلى ملاحظة الإسلوب واللغة والتعبير أو المضمون، مثلما يذهب إلى حجم الصحيفة وطريقة ترقيبها وإخراجها (الشكل)، وتلك مسألة أخرى لا تتصل بالذم أو الإساءة بل صفة ايجابية ملازمة نوعاً معيناً من الصحف وقد أصبحت (علماً) عليها (بالتحريك).

ومن هنا فان (الصحافة الصفراء) قد تكون يومية أو أسبوعية أو شهرية أو دورية.. مثلما أنها قد تكون واسعة الانتشار، سيارة، ذائعة الصيت، شديدة الأثر!! أو على عكس ذلك مغمورة قليلة الانتشار، ضعيفة التوزيع، وذات اثر محدود، إن لم يكن معدوماً، ناهيك عما يمكن أن تصدر تحته من أسماء وعناوين لا تمت إلى حقيقتها بصلة.

وهذا ينطبق على نوع من الصحافة في بلادنا العربية، هذه الأيام، خصوصاً تلك الصحف التي تحطب في ليل، أو تشكل لسان حال (مؤامرات تحاك تحت جنح الظلام) أو تتلقى المال الحرام على ما تنشره.. وتوزعه وتبثه من أكاذيب وسموم تهدم ولا تبني.. وتفرق وتمزق لا تجمع، ولا توحد وأمثلتها كثيرة، وهي واضحة للعيان ولا تخفى على احد وخصوصاً على النبهاء والأذكياء، من القراء، والمتابعين الذين لا يختلط عليهم اللون الأبيض باللون الأسود!! ولا الأصفر بالأخضر!! ولا النقي بالمغشوش! ـ (وأما الزبد فيذهب جفاء، وأما ما ينفع الناس فيمكث في الأرض)

الفصل التاسع عشر

الصحافة والأخلاق

يعتقد كثيرون أن ما تحمله كلمتا الصحافة والأخلاق من فرقة أكثر مما تحملانه من تقارب، وقد أدى استخدام الصحافة أداة في صراعات اجتماعية وسياسية واقتصادية عديدة، على مدى عقود طويلة، إلى الإساءة إلى صورة الصحافة والنيل من صدقيتها لدى الجمهور.

كما تأثرت الصحافة بالتوجيه والقيود والضغوط والممارسات غير المهنية، التي وجدت نفسها تعاني تبعاتها الثقيلة، بسبب أنماط الإدارة والملكية وهيمنة الأنظمة السياسية، الأمر الذي زاد الالتباس فيما يتعلق بالأخلاقيات التي تحكم الممارسة المهنية الصحفية.

وربما يبدو الحديث عن الأخلاق فيما يتعلق بالأمور المهنية الاحترافية أمراً غريباً، لكن دعنا نتساءل: من منا يعترف أنه يمارس عمله الصحفي أحياناً بشكل غير أخلاقي؟

هل تعرف صحفياً يحرج على أن يقول إنه يقوم بمهمة غير أخلاقية؟ ففي الصحافة، وفي غيرها من المهن، الكل يدعي أنه يعمل في إطار أخلاقي، وعادة ما تسمع الصحفيين يبررون قراراتهم وأفعالهم بشعارات مثل: "حق الجمهور في المعرفة"، أو العمل من أجل "تحقيق المصلحة العامة لخير الوطن والمواطنين".

وبينما تسهل مراقبة معظم من يعملون بالمهن الأخرى عبر تطبيق معايير "الرقابة والجودة"، يصعب ذلك مع العمل الصحافي.

ولهذا ظهرت مواثيق الشرف الصحافي Codes of ethics or conduct كما ظهرت أدلة السياسة التحريرية Editorial Guidelines.

وعند استعراض ما هو متوافر من هذه الوثائق عربياً نجدها مليئة بالعبارات الرنانة والعهود المخلصة، بغير كثير من التفصيل عن كيف سيتم ضمان التزام هذه العهود.

الا أن الأكثر شهرة في هذا الصدد، عربياً، هي القوانين التي تنضم العمل الصحافي والتي يراد منها في الأساس حماية المجتمع من تغوّل الصحفيين، وحماية الصحفيين من إسراف السلطة في استخدام صلاحياتها، لكن واقع الأمر أن الكثير من هذه القوانين لا يفعل هذا ولا ذاك بقدر ما يظل أداة في يد من يحسن استخدامه، فهذه المواثيق والقوانين ربما لا تكفي وحدها في تقنين الممارسة الإعلامية وضبطها أخلاقياً، وربما يكمن الحل في إعطاء الأخلاق مساحة مناسبة ضمن اعتبارات ممارسة تلك المهنة.

الأخلاق:

في فبراير/ شباط من العام ٢٠٠٠، أفادت نتائج استطلاع للرأي في بريطانيا أن ٧٨٪ من المستطلعة آراؤهم لا يعتقدون أن الصحفيين بصفة عامة يقولون الحقيقة.

استطلاع آخر للرأي أُجري في إحدى النقابات الصحفية العربية في العم ٢٠٠٣، أشار إلى أن ٧٢٪ من الصحافيين المستطلعة آراؤهم "يقرون بفساد مهنة الصحافة"

ما تقوله تلك النتائج وغيرها أن العاملين في مهنة الصحافة سواء في الغرب أو العالم العربي يحتاجون إلى المزيد من الجهد لتعزيز يقين الجمهور فيما يتعلق بدورهم في المجتمع، ولكسب المزيد من الثقة والمصداقية.

إن تعزيز يقين الجمهور وكسب المزيد من الثقة يحتاج، في المقام الأول، إلى تكريس المعايير الاحترافية في الأداء، والتزام قيم العمل الصحافي، فضلاً عن إكساب الممارسة المهنية الصحافية حسها الأخلاقي، الذي يضمن تفعيل هذه القيم وعدم إساءة استخدامها.

وعلى عكس القيم والمعايير المهنية، فإن الأخلاق قد ترتبط بإدراكك لمدى وجودها أكثر من ارتباطها بمعايير محددة يمكن بها قياس ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي.

غير أن قضية تعريف الأخلاق قديمة قدم الفلسفة، والمحور الذي تدور حوله مناقشة قضية الأخلاق هو افتراض أننا نملك حرية التصرف بطريقة أو أخرى.

وانقسم الفلاسفة في رؤيتهم للأخلاق إلى ثلاث مدارس رئيسة، ربطت كل مدرسة منها الأخلاق بعنصر معين، على النحو التالي:

- الأخلاق ترتبط بطبيعة الفرد الفاعل نفسه، (أرسطو).
- الأخلاق ترتبط بطبيعة الفعل، (إيمانويل كانت).
- الأخلاق ترتبط بنتائج الأفعال، (مذهب النفعية عند جيرمي بنثام، وجون ستيوارت ميل).

ثم بعد ذلك نشأت مدارس عدة في تعريف الأخلاق، بعضها ارتبط بالقانون، والبعض الآخر ارتبط باللغة والمصطلحات، قبل أن تنشأ نظريات الحرية المطلقة (سارتر)، التي اعتبرت أن الحرية هي أساس الأخلاق، وأن الأخلاق هي أن تفعل ما تريد[1].

في خضم هذه النظريات المتباينة يصعب على صحافي، يعمل في غرفة أخبار عاديه، أن يبني قراراته على ما ذكره (كانت) أو ما آمن به (جان بول سارتر)، وبالتالي فإن التحلي بالأخلاق في العمل الصحافي هو فن أو إحساس، أكثر منه علماً

تضمن بتدريسه التزام الدارسين إياه، غير أن معرفة ما تناولته الأدبيات المعنية يعين على اتخاذ القرار الأمثل في الحالات الخلافية.

الدور الأخلاقي للصحافة في المجتمع:

تتباين وجهات النظر حول تأثير العمل الصحافي، فهناك من يعتقد بأنه من الصعب استمرار الأثر الذي تتركه نشرة أخبار واحدة إلى حين إذاعة النشرة التالية، ناهيك عن أن يمتد هذا الأثر المزعوم ليوم أو أكثر (هناك رأي يقول إن المكان الطبيعي لصحيفة الأمس هو سلة المهملات).

ومع ذلك يعتقد آخرون أن أهمية مهنة الصحافة لا تنبع من درجة التغيير الفعلي الذي تحدثه في المجتمع، بقدر ما تنبع من كون الصحفيين يملكون القدرة على طرح القضايا العامة، ووضعها في أطر مفهومة، كما يقومون بتصنيف الأحداث والقضايا المختلفة.

وبذلك يرسم الصحفيون خرائط يستطيع الجمهور، من خلالها، أن يفهم العالم خارج النطاق المباشر لدائرة اهتمامه، بما في هذا العالم من مخاوف وطموحات وأحلام.

فرد فعل المجتمع على ما قد يقوم به الصحفيون من كشف للفساد أو الجرائم الكبرى يكشف بوضوح مدى تفاعل الجمهور مع الصحفيين بشكل إيجابي.

على أن الدور الأخلاقي للصحافة يتجلى في أوضح صوره في قدرة الصحافة والصحفيين على تشخيص الأطراف الفاعلة في الحدث/ القصة، وإيراد حجج تلك الأطراف بعدالة، ومنحها الحقوق المتكافئة للدفاع عن وجهات نظرها، من دون أي توجيه أو محاولة لحرف اتجاهات الجمهور.

الصحافة من منظور أخلاقي:

اعتباراً من منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، تصاعد الجدل في إمكانية التعامل مع الصحافة من منظور أخلاقي.

فموضوعات مثل التدليس في نقل الأخبار، وانتهاك بعض الصحفيين للحريات الخاصة، وتعاملهم مع ضحايا أعمال العنف، ودفع مبالغ طائلة للحصول على معلومات حصرية عن تفصيلات الفضائح في المجتمع، كلها موضوعات ولّدت تساؤلات عن الدور الذي يدعيه الصحفيون فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية، وكشف المفسدين، والمحافظة على المصلحة العامة.

وفي هذه الأجواء أُثير جدل عن لماذا يعتبر الصحفيون أنفسهم فوق مستوى الشبهات، وخارج نطاق المحاسبة؟ ولماذا يتمتعون بسلطة جمع ونشر المعلومات دون تحمل مسؤولية ذلك؟ فما القيم أو الموازين الأخلاقية التي تحكم تصرف الصحافيين في الواقع العملي؟ ومن يراقب المراقبين؟

إن المكانة والصلاحيات التي يتمتع بها الصحفي لمجرد كونه صحفياً في مجتمع من المجتمعات جديرة ببذل المزيد من الجهد من أجل تعزيز اليقين في الحس الأخلاقي الذي يحكم الممارسة المهنية الإعلامية.

التقاطع بين الصحافة والأخلاق:

ثمة نماذج عديدة تتقاطع فيها الممارسة الصحافية المهنية مع الأخلاق بوضوح، وبعض هذه النماذج يمثل انتهاكاً صارخاً للقيم الأخلاقية والمهنية، وبعضها الآخر يحتاج عناية كبيرة حتى لا يخرق تلك القيم، ومنها ما يلي:

- الرشاوى والهدايا.
- تنازع المصالح Conflict of interest.
- القذف (السب أو تشويه السمعة) Libel.
- التلاعب باللقطات المصورة أو التسجيل الصوتي False Light، الذي قد يوحي بنتائج غير صحيحة تؤدي إلى تشويه سمعة أو اتهام بلا سند.

- تخطي الحدود الأخلاقية عند كشف الحقائق، إلى أي مدى يمكن للغاية النبيلة المتمثلة في كشف الحقيقة، أن تبرر وسيلة غير أخلاقية قد يُضطر إليها الصحفيون لجمع معلومات خاصة؟
- الاعتماد على أدلة تبدو كافية والوصول إلى نتائج غير مؤكدة (فالحكم على الحقائق يجب أن يراعي مختلف وجهات النظر الممكنة).
- التسجيلات السرية Hidden cameras and microphones.
- المقابلات الملغمة ambush interviews
- الكشف عن مصدر رفض الإفصاح عن هويته.
- عدم حماية المشاركين في التحقيقات أو القصص أو البرامج من الوقوع في مشكلات قانونية أو اجتماعية.
- الخلط بين الدعاية والإعلام.
- إعادة تصوير الواقع Reconstruction.
- إعادة تمثيل الجرائم Staging.
- اختلاق أحداث لا واقع لها (مثل تفجيرات في العراق وأفغانستان، وقضايا تهريب مخدرات افتعلها الصحفيون لتغطيتها ونيل الشهرة والمال).
- استخدام صور عامة أو أرشيفية للحديث عن وقائع مغايرة Video deception.
- استخدام cutaways غير مناسبة، لتجنب مشكلات المونتاج، مما قد يؤدي إلى فهم خاطئ لدى المتلقي.
- التلاعب بعملية المونتاج لإظهار عكس الحقائق Improper editing
- تضخيم الأخبار والمبالغة فيها Inflating the news.

مبادئ الصحافة:

اقتنع عدد من الإعلاميين الأمريكيين أن هناك أزمة حقيقية و"خللاً حدياً" في الصحافة الأمريكية، إذ اعترف معظم العاملين في هذه المهنة أنهم "لم يعودوا يشعرون أن هناك صحافة".

ويعود ذلك لأسباب مختلفة، أولاً: بدلاً من "العمل من أجل المصلحة الشعبية الأكبر تملّكهم إحساس أن المهنة بدأت تحطم تلك المصلحة العامة"، وتجلى ذلك بانهيار ثقة الشعب بالصحفيين بل صار الشعب "يكرههم"، علماً أن هذه الحالة وفق الإحصائيات تزداد سوءاً، والسبب الثاني هو أن الصحافة بدأت تتقلص "وتختفي داخل عالم الاتصالات الكبير"، وهناك خيارات عديدة تنافسها وتوشك أن تحل محلها مثل الإعلان والترفيه والتجارة الالكترونية والدعاية، وصار التحدي الحقيقي هو كيفية "استعادة الصحافة" وإنقاذها من أجل المحافظة عليها لأنها تقوم بمهمة لا يقوم بها غيرها وهي المحافظة على الديمقراطية من خلال تقديم "المعلومات الوافية الدقيقة الصادقة الحرة والمستقلة".

والسبب الثالث الذي يؤدي إلى تشويه الصحافة أو موتها هو سيطرة الحكومات عليها كما فعلت الحكومة النازية أو نظام الاتحاد السوفييتي سابقاً أو كما يحدث الآن في الولايات المتحدة نفسها ولكن بأسلوب تجاري، إذ أصبحت الأخبار ملكية المؤسسات الكبرى وانحصر دور الصحافة في خدمة تلك المؤسسات وتسويقها.

والأخبار جزء لا يتجزأ من الحياة ولا تكون الحياة من دونها، فعندما يتواصل الناس مع الأخبار "يشعرون بالأمن والثقة"، أما عندما تنقطع الأخبار فسوف "يحل الظلام ويزداد القلق ويشعر الناس بالعزلة"، لذلك نحتاج جميعاً الأخبار "كي نعيش حياتنا ونحمي أنفسنا ونتواصل مع بعضنا ونفهم أصدقاءنا وأعداءنا"، وهذا ما يؤكده السناتور جون ماكين خلال فترة وجوده في السجن في هانوي لمدة خمس سنوات ونصف، لقد أكد أن أكثر شيء كان يفتقده وهو في السجن لم يكن "الراحة أو

الغذاء أو الحرية"، بل لم يكن أسرته أو أصدقاءه، يقول ماكين "الشيء الذي كنت أحتاجه أكثر من أي شيء آخر هو المعلومات الوفيرة غير الخاضعة للرقابة"

ولمعالجة أزمة الصحافة اجتمع عشرون إعلامياً وعدد من كبار المحررين ونخبة من المؤلفين البارزين ومجموعة من الأسماء اللامعة في الإذاعة والتلفزيون إضافة إلى بعض الأساتذة المتخصصين، وخلال سنتين من البحث والدراسات الميدانية تم عقد "إحدى عشرة ندوة عامة حضرها ثلاثة آلاف شخص وتم فيها تقديم شهادات من ثلاثمائة صحفي"، وأجرى فريق البحث "أكثر من مئة مقابلة طول المقابلة ثلاث ساعات ونصف" مع كبار الصحفيين، كما تم إنجاز "اثنتي عشرة دراسة عن التقارير الإخبارية"، بعد ذلك كله استخلص الباحثون تسعة مبادئ يتفق عليه الصحفيون جميعاً من جهة ويتوقعها الشعب في العمل الصحفي من جهة أخرى وأطلقوا عليها مبادئ الصحافة، وهذه المبادئ نابعة من قناعة أساسية هي أن مهمة الصحافة هي "تزويد الناس بالمعلومات التي يحتاجونها كي يبقوا أحراراً قادرين على حكم أنفسهم".

والمبادئ هي:

١. الواجب الأول للصحافة هو تجاه الحقيقة.

٢. ولاء الصحافة الأول هو للمواطنين.

٣. جوهر الصحافة نظام المصداقية والتحقق من صحة المعلومات.

٤. يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلالية عن أولئك الذين يقومون بتغطيتهم أو الكتابة عنهم.

٥. يجب أن تبقى الصحافة رقيباً مستقلاً على السلطة.

٦. يجب أن تكون الصحافة منتدى للنقد العام والتفاهم.

٧. على الصحافة أن تسعى لجعل القضايا الهامة ممتعة ومفيدة.

٨. يجب أن تحافظ الصحافة على شمولية الأخبار وتوازنها.

٩. يجب أن تُتاح الفرصة للصحفيين كي يقوموا بعملهم وفقاً لما تمليه عليه ضمائرهم

ويعترف مؤلفا كتاب "مبادئ الصحافة" أنهما يتوقعان اعتراضات كثيرة وفي مقدمتها اقتصار المبادئ على تسعة فقط، سوف يتساءل البعض عن غياب "مبدأ العدالة" ومبدأ "الموضوعية" و"الحياد" أيضاً، وسيقول البعض إنه "لا يوجد شيء جديد في القائمة كلها"، ورداً على ذلك يبين الباحثان أنهما تجنبا قصداً عدداً من الأفكار المألوفة والمفيدة لأنها "تعاني من الغموض لدرجة أنها لا ترقى لمرتبة العناصر الجوهرية للمهنة"، علماً أن بعض الأفكار صارت وصماً "للمشكلة التي يفترض أنها حل لها".

وأكد الباحثان أن أهم الأسئلة التي سيواجهها القرن الحادي والعشرون ومجتمعاته الديمقراطية بشكل خاص أسئلة حول بقاء "الصحافة المستقلة" واستمرارها، وتعتمد الإجابة على مقدرة الصحافيين أنفسهم في "التعبير بوضوح ولقة عما تعنيه لهم الصحافة المستقلة" تماماً كما تعتمد على الشعب ذاته ومدى اهتمامه أو عدم اهتمامه بوجود "صحافة حرة مستقلة"[1].

من الصحفي؟

من تعريفات العمل الصحفي: "أنه فن ملء المساحات، في وقت قياسي، عن موضوعات ربما لا تعلم عنها أي شيء على الإطلاق".

وكثيراً ما نسمع أن الصحافة هي "مهنة البحث عن المتاعب"، كما أنه يُقال إن الصحفيين من أقصر الناس أعماراً، بسبب الضغوط النفسية والعصبية والجسمانية التي تفرضها عليهم مهنتهم (أضف إليها المخاطر الفعلية التي بات الصحفيون يتعرضون لها خاصة في العمل الميداني).

---

(١) نتائج البحث صدرت في كتاب عنوانه مقومات الصحافة من تأليف بيل كوفاتش وتوم روزنستيل وهو منشور في نيويورك عام ٢٠٠١

وإن طلبت من معظم الصحفيين وصف ظروف عملهم، ستحدثهم يتحدثون عن اضطرارهم لعمل لساعات طويلة، في جو صاخب يختلط فيه صوت رنين الهاتف بأصوات الزملاء والأصوات الصادرة عن القنوات التلفزيونية والإذاعية المفتوحة طوال اليوم.

ولأن طبيعة العمل لا ترتبط بتوقيت معين، سيتحدث معظم الصحفيين عن غيابهم عن المنزل في أوقات غير متوقعة، وكذلك أسفارهم الكثيرة، مما يترتب عليه الكثير من المشكلات العائلية.

غير أنك إن سألتهم عن المهنة البديلة التي يفضلون مزاولتها، ستجد معظمهم يبتسمون، ولا يجدون رداً غير مهنة الصحافة.

قليلة هي المهن التي يمكنها أن تنافس العمل الصحافي فيما تقدمه لمن يزاولها من مقابل، فالصحافي يتمتع بمجال عمل ثري متنوع ومشبع للفضول، وكذلك يواجه تحدياً مثيراً يتمثل في ضرورة إنجاز العمل، في أقل مدة وبإمكانيات محدودة، وربما ضد رغبة من هم في السلطة، وبالإضافة إلى كل ما سبق، هناك إمكانية تحقيق الشهرة، وضمان دخل مادي مرتفع، إن تمكن الصحفي من الانضمام إلى نخبة الصحفيين في مجاله.

ولحسن الحظ، فإننا في العالم العربي نملك الكثير من المقومات التي تجعل العمل الصحافي ممتعاً ومجزياً، فحكم التحديات التي يواجهها الصحفي العربي تجعل من كل إنجاز يتحقق مجداً شخصياً ومتعة لا تُقارن، كما أن الثورة التي يشهدها الإعلام العربي منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي، جعلت المطلوب في سوق العمل الصحافي، من صحفيين محترفين، أكثر دائماً مما هو متاح.

غير أن ثمة متعة إضافية يحظى بها العاملون في الوسط الإعلامي العربي مقارنة بالأوساط الأجنبية، وهي المتعة التي تعززها جسامة التحديات التي يواجهونها؛ ففي ظل صعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة والنزيهة، والمحاولات

المستميتة من ذوي النفوذ أو السلطة للتعتيم، يكون العمل الصحافي أكثر أهمية وإثارة في آن.

إذن من الصحفي؟ من الذي يمتلك هذا القدر الكبيرة من الجرأة، والقدرة على إتقان هذا العمل، في ظل بيئة غير مريحة، لتحقيق أهداف ربما تتعارض مع مصالح ذوي السلطة والنفوذ في مجتمعه؟

هل يولد الصحفي صحفياً، أي يمتلك مهارات الصحافة بالفطرة؟ أم أن هناك المزيد من المهارات عليه اكتسابها ليصبح صحفياً حقيقياً؟

مهارات الصحافي:

لممارسة مهنة الصحافة، هناك ثلاثة أنواع من المهارات:

- مهارات ذهنية.
- ومهارات شخصية.
- مهارات مهنية.

مهارات ذهنية:

لا يمكن تعلمها أو اكتسابها، بل يمكن اكتشافها إن كانت موجودة، وهي:

- الفضول، والرغبة الملحة في التساؤل، والشك في مدى دقة كل شيء حتى يتم التأكد منه، فإن لم تكن من أولئك الذين يعتريهم الفضول لمعرفة المزيد من التفصيلات، أو يتملكهم الشك في صدقية كل ما هو صادر عن سلطة أو جهة ما، فلن تكون صحفياً.

الصحفي الحقيقي لا يمكنه الحياة بمنطق اللامبالاة، أو حصر اهتماماته بما لديه من عمل يومي، فالصحافة كالفيروس الذي يتملك العقل، ويجعلك أحياناً تستيقظ في الليل لمتابعة نشرة الأخبار، أو للرجوع إلى أحد الكتب للتأكد من دقة بعض المعلومات.

❖ الحماس وحب العمل، فمهنة الصحافة مرهقة وخطيرة، ولا يمكن والحال هكذا أن ينجح في أدائها من لا يملك حماساً وعشقاً للربط بين الأحداث، ومحاولة تفسيرها وتوضيحها للآخرين.

❖ الشجاعة والإقدام والاستعداد لتحمل تبعات العمل، فما دمت متأكداً من دقة معلوماتك ونزاهة أسلوب معالجتها، فعليك مواجهة تبعات ما تنشره أو تبثه بثبات.

❖ الشعور بالانتماء لهيئة رقابية ناقدة، تتساءل دائماً عن الأهداف الحقيقية لما يجري، ومن سيستفيد مما يجري، فلن يغني الفضول نفعاً إن لم يتم توظيفه للمصلحة العامة.

والصحفي الناجح هو الذي يشعر دائماً بالمسؤولية، بسبب ما يتوافر لديه من معلومات، وبسبب قدرته على فهم العلاقة بين تلك المعلومات وبعضها البعض، وبالتالي لا يمكن للصحفي أن يتجاهل قضية عامة لكونها لا تعنيه، ففي هذه الحال عليه أن يترك مهنة الصحافة، لأنه لا يستحق ما يتقاضاه من أجر، أي أن الصحفي الحقيقي هو الذي يهتم بالقضايا العامة كلها.

❖ القدرة على الانخراط في فريق العمل، فلقد باتت مهنة الصحافة تعتمد أكثر فأكثر على عمل الفريق، وإن كنت ممن لا يمكنهم العمل مع الآخرين بمودة واحترام وفاعلية، فعليك البحث عن مهنة أخرى.

❖ القدرة على التعامل مع الأفراد والمواقف المحيطة بحس إنساني ومهني في آن.

❖ القدرة على العمل الدؤوب للحصول على المعلومات، وفي هذا يقول أحد الصحفيين المشهورين: "الصحفي الجيد هو من يرد على السؤال بأنه قد لايعلم الإجابة، لكنه يعلم كيف يحصل على تلك الإجابة"، وقال آخر: "حقيقة العمل الصحافي لا تكمن فيما نعرفه أو ما لا نعرفه من معلومات بقدر ما تكمن في مدى قدرتنا وبسرعة على الحصول بدقة على ما نريد من معلومات".

❖ مهارات شخصية:

وهي مهارات تختلف من شخص إلى آخر، ويمكنك تعلمها كما يمكنك تطويرها إن كانت موجودة، وهي:

- كن أنت نفسك، بمعنى ألا تعتقد أنه بإمكانك تقمص أسلوب أو صوت أو طريقة أداء الآخرين، ثم تعتقد انك ستنجح في التواصل مع الجمهور.

وعلى الرغم من أنه من الصعب أن تجد من يمارس عمله الصحافي مثلما يتحدث مع أصدقائه ويتفاعل معهم، فإن من المهم أن نتابع المحاولة تلو الأخرى لكي نحقق ذلك الهدف.

من أهم النشاط الجيد: كبداية هي ألا تمارس أدوار الوعظ أو تقديم النصح، فالجمهور اليوم لا يتوقع من وسائل الإعلام أن تقدم له دروساً أو نصائح، بل معلومات وتوجهات وحقائق، فالإعلام هو التواصل في جانب من جوانبه، والتواصل يشترط البساطة في الأسلوب.

إذن، ما السر الذي يجعلك تصبح انت نفسك؟ ببساطة لايوجد أي سر، فإذا كنت تعمل في مجال الصحافة المكتوبة، احرص على أن تطور أسلوبك الخاص، ولا تقلد أحداً.

وإذا كنت تعمل للإذاعة أو التلفزيون، فاستمع إلى صوتك مسجلاً، وشاهد تقاريرك او نشراتك الخبرية المسجلة، واطلب من أصدقاء لك أن يفعلوا ذلك أيضاً، واسأل نفسك واسألهم: من هذا؟ هل هذا هو أنا الذي تعرفونه، أم أنه شخص آخر؟ هنا يكمن السر، لا تيأس، فكبار الإذاعيين والتلفزيونيين تطلب الأمر منهم سنوات وسنوات للوصول إلى أن يكونوا أنفسهم.

وعليك دائماً أن تؤمن بأنك لا تقدم الأخبار، بل ترويها كقصة لأسرتك أو لأصدقائك. عليك أن تقارن مثلاً الطريقة التي تقرأ بها النشرة أو التقرير الخبري

بطريقة توجيهك للأسئلة في حوار حي أو مسجل، ثم حاول أن تكون أقرب إلى الطريقة الثانية.

- الصدقية في العمل، فالإعلامي الناجح هو الذي يمارس عمله بصدقية مع الذات والآخرين، ففي أي من مجالات العمل الإعلامي عليك أن تفهم ما تقوله أو تكتبه، وأن تعايش الكلمات والمعاني بوجدانك كله، وأن تركز جهدك على توصيل تلك المعاني.

- الصدقية في الهيئة، وهي لا تكمن في وسامة الرجل أو جمال المرأة كما يعتقد الكثير من الإعلاميين، ولا تتمثل كذلك في أناقة ملبس الرجل وارتفاع سعره، أو كمّ المكياج الذي تستخدمه المرأة، بل إن الصدقية تكمن في الاعتدال في الملبس والهيئة، فالمبالغة في أي شيء تفسده، كما أن التهاون يفقد القدرة على الحصول على الاحترام، وفوق كل شيء يأتي الصدق والإيمان بما تفعله، وإبداء الاهتمام والعناية الكافية بتفصيلات عملك، فالخطأ في نطق اسم شخص معروف أو مكان صار معروفاً بسبب تداوله في الأخبار يعني عدم الاهتمام، وبالتالي يفقدك الصدقية.

- اللياقة البدنية، فلقد باتت اللياقة البدنية من شروط نجاح الإعلامي، فعلى الرغم من التطور التكنولوجي، فإن الحاجة تظل ملحة للتحرك السريع سواء داخل مقر العمل أو في الميدان، والصحفي الجيد هو من يحافظ على لياقته وصحته كي يتمكن من ممارسة المهنة بصورة أفضل، يرتبط ذلك بوزنه، وطريقة تناوله للطعام، وممارسته الرياضة البدنية، فالتكاسل يقتل الإبداع، ويتعارض مع التزام الصحفي بقضاياه التي قد تضطره إلى العمل ساعات متواصلة، والكثير من العقول الصحافية المبدعة لم ولن يسمع عنها أحد قط لأن أصحابها أكسل من أن يعملوا بدأب لتحقيق أهدافهم المهنية والشخصية، بينما يوجد ناجحون قد لا يملكون القدرة نفسها على التحليل والفهم، لكنهم يبذلون الجهد اللازم لتحقيق أهدافهم.

السيطرة على الذات وضبط المشاعر، فليس من الغريب أن يكون ذلك أحد مقومات نجاح الصحفي، لأنه أحد مقومات النجاح بصفة عامة، فكلما تمكنت من أداء عملك بهدوء وثقة، أياً كانت المشاعر التي تعتمل داخلك، كلما نجحت في مهمتك، ويتضمن ذلك قدرتك على السيطرة على مشاعر الحزن، والغيظ وحتى الفرح، فالصحفي لا يجب أن يكون جزءاً من الحدث، بل يجب أن يظل مراقباً وناقلاً أميناً لما يجري، فقد انتهى العصر الذي كان فيه للإعلام دور تلقيني، ونحن اليوم في عصر تلعب فيه بالكاد دوراً إعلامياً إخبارياً، ليبقى الحكم القيمي للجمهور، الذي لن يقبل ألا نحترم ذكاءه ومشاعره.

- تحييد الآراء الشخصية، فإذا كان الفضول والتشكك من مقومات الصحفي الناجح، فمن باب أولى أن يتشكك في آرائه الشخصية، فلا تعتقد أبداً أنك تمتلك الحقيقة المطلقة، لذلك تأتي قدرتك على احترام الراي الآخر وإخفاء رأيك الشخصي خلال العمل ضمن المهارات الشخصية، وفي الميدان تزداد حساسية الرأي المخالف، وقد تصل إلى حد تعريض حياة الصحفي للخطر إن هو كشف عن معتقداته سواء عامداً أو اكتشفها الآخرون من متابعتهم لعمله غير الموضوعي.

◆ مهارات مهنية:

وهي مهارات ترتبط بممارسة العمل الصحفي وأدائه، ويتحتم على الصحافي تطويرها، إن كان يرغب في أن يكون مهنياً جيداً، وهي:

◆ ناصية البيان، فمهنتنا أداتها الكلمة، ومن لايملك الأداة لايمكنه الإنجاز، قد يملك الكثيرون المقومات السابقة الذكر جميعها، لكن غياب القدرة على الكتابة والتحدث الجيدين يحول بالتأكيد دون أن يتحول هؤلاء إلى صحفيين، وكثير من الصحفيين العاملين لا ينقصهم الذكاء أو الفضول أو الإحساس

بالمسؤولية، لكن تنقصهم القدرة اللغوية، فالكلمة كالجسر الذي يربط بين المعنى والعقل، وكلما كان الجسر قوياً أنيقاً كلما بلغ المعنى مراده، لكن احذر من المبالغة في تجميل الجسر، وإلا سينشغل العقل به عن المعنى.

والنص المكتوب أو المرئي أو المسموع الجيد هو الذي يحتوي على جملة أو أكثر على الأقل تظل عالقة في ذهن المتلقي، ولكي تنجح في ذلك عليك تجنب الغموض والإطالة، فالكلمات غير المفهومة تربك جمهورك، والكلمات التي يمكن الاستغناء عنها، يجب الاستغناء عنها، فالنص السيء فقط هو الذي يمكن اختصاره دون الإخلال بالمعنى، واحذر هنا من أن تقع أسيراً لما كتبت فيصعب عليك حذفه، ضع نفسك مكان القارئ أو المستمع أوالمشاهد، وحاول ألا تصعّب عليه مهمة الفهم فتكن أنت الخاسر الأكبر.

وكذلك عليك تجنب الكلمات الرنانة أو المستهلكة أو التي أُسيء استخدامها وفقدت معانيها الأصلية، عليك الالتزام بالكلمة التي تعني فقط ماتريد أن تقول، وفي العمل التلفزيوني عليك الالتزام بالكلمة التي تعمل جنباً إلى جنب مع الصورة (لاتصفها وتكرر ما فهمه المشاهد بالفعل).

تذكر أن تقرأ ماتكتب بصوت مسموع، وثق في انطباعك الأول عما كتبت، احذف بلا تردد ماتراه غيرمناسب، وغيّر بلا رحمة مالم تستسغه أذناك.

◆ القدرة على التعامل مع أحدث تقنيات العمل الصحافي، فقد باتت وسائل أداء لمهنة أكثر تعقيداً مما سبق، وأصبح من المستحيل على الصحفي الناجح أن يدعي أنه يكتفي بالمعرفة التحريرية، ويترك المعرفة الفنية للمتخصصين

لقد أضحت المعرفة الفنية جزءاً لا يتجزأ من مضمون العمل الصحافي، بل إن العمل الميداني، خاصة في مناطق النزاعات أو المناطق النائية، أصبح يعتمد على الصحافي/ الفريق، أي ذلك الصحافي القادر على القيام وحده بمهام الفريق كلها، بما فيها تلك الأكثر تعقيداً كإرسال المواد عبر الأقمار الاصطناعية، وبالتالي لا

يوجد مكان للصحفي المتكاسل أو غير القادر على التعامل مع تكنولوجيا العصر التي تتطور بسرعة.

❖ مقاومة الرغبة في النجومية، فمن أمراض العمل الصحفي أن تستغرقك النجومية، سواء فيما يتعلق بإعجابك بصوتك أو صورتك أو بالنص الذي كتبت، وتذكر أن قوة القصة الخبرية تكمن في عناصرها، وكلما امتنعت عن تدخلك الشخصي، بآرائك ومعتقداتك، في النص، كلما وصل المزيد من الأفكار والمعلومات والمعاني إلى الجمهور.

وتنطبق هذه القاعدة أكثر على مذيعي البرامج وهؤلاء الذين يديرون الحوارات، ويرغبون في الظهور ربما أكثر من الضيوف المختارين، فيطيلون في المقدمات والأسئلة عجزاً منهم عن مقاومة الرغبة في النجومية والظهور، كما تنطبق على الصحفيين العاملين في مجال الصحافة المكتوبة حين يسعون إلى تضمين آرائهم وأفكارهم في نصوصهم.

❖ القدرة على الموازنة بين المعلومة وعناصر الإبراز والجذب، فالصحفي في أي من مجالات عمله يمتلك إمكانية استخدام عناصر الإبراز والجذب المرئية والمسموعة المختلفة، مثل الصور والرسوم والألوان والجرافيك وغيرها في الصحافة المكتوبة، واللقطات الحية المصورة في التلفزيون، والمؤثرات الصوتية في التلفزيون والإذاعة، ورغم أن هذه العناصر تزيد من جاذبية المادة وتلفت انتباه الجمهور، فإن مكمن الخطر هنا هو أن تأخذ هذه العناصر الصحفي بعيداً عن المعلومة، فيقدم عملاً فنياً رائعاً لكنه خال من المضمون، فالمعلومات هي أيضاً من عناصر الجذب الضرورية لضمان استمرار التواصل مع الجمهور.

❖ احترم جمهورك دائماً، فبعض نجوم الصحافة يتمادون في اعتقادهم بأنهم بلغوا من الاحتراف المهني مبلغاً كبيراً، بحيث يعتقدون أن على الجمهور أن يعلم تفصيلات الموضوعات التي يتصدون لمعالجتها، وأن من لا يعلم ذلك لايعنيهم، بل

يعنيهم فقط ذلك الجمهور المتابع الواعي، وهذه عادة بداية فشل الصحفي، إن أردت النجاح في الصحافة فعليك أن تتذكر دائماً أنك عين وأذن الجمهور، ولذا عليك أن تنقل الحقائق بالطريقة التي كان سيفعلها أبسط أفراد الجمهور لو أنه كان في موقعك، كما يجب أن تفترض عدم متابعة الجمهور للتفصيلات المعقدة، وأن توازن في تقديمك المعلومة بين الجمهور المتابع وذلك العابر.

❖ الموضوعية، أي أن تتمكن من إخفاء معتقداتك وآرائك في الأعمال التي تقدمها للجمهور، فالصحفي الذي يعمل في مجالات التغطية الخبرية خصوصاً لا يمتلك رفاهية التعبير عن آرائه وخلط المعلومات والقصص التي يقدمها بأفكاره ومواقفه وانحيازاته، كما أن الموضوعية تقتضي تطبيق قواعد العمل الصحافي فيما يتعلق بتدقيق المعلومات، لأنك إن ذكرت معلومة مغلوطة بشكل عفوي بسبب عدم الدقة، فإن خطأك لا يقل خطورة عن ذكر معلومة مغلوطة بشكل متعمد، عليك أيضاً أن تسعى لأن تتسم معالجاتك المهنية بـ الحياد والتوازن، وإن اختلفت الآراء وتعددت، فعليك هنا أن تعمل جاهداً لطرحها بشكل عادل، وإن غاب رأي مهم لأحد الأطراف الفاعلة في القصة/ الحدث، فعليك أن تسعى إلى أن تورد رأيه أو تشير إليه.

وتذكر دائماً أن القضايا العادلة لا تحتاج إلى انحياز، بل إن الانحياز يضعفها ويجعلها تبدو وكأنها واهنة خاسرة، وهو الأمر الذي سيتضح أكثر في الجزء الخاص بـ الصحافة والأخلاق، وقيم العمل الصحافي.

وبصورة عامة يمكن تلخيص ما سبق في أن الصحافي يجب أن يمتلك الرغبة العارمة في الاكتشاف ومعرفة المزيد عما يدور حوله، وعليه أن يعشق التواصل مع الجمهور، لتفسير ما تكوّن لديه من معرفة وفهم، وعليه أن يهمه جمهوره، ويتعاطف معه، ويروي له المعلومة بتجرد مبتعداً عن الغموض، وبطريقة مثيرة تغري على الاستمرار في المتابعة، وبأسلوب شيق، وباختصار، الصحافة هي فن نقل الحياة إلى الناس، وبالتالي يجب أن تكون أقرب إلى حياة الناس لكي تصل إليهم.

أخطاء الصحافي:

بسبب التعقيد الذي أصبح يميز مهنة الصحافة، والأهمية المتزايدة لما يقدمه الصحافي للمجتمع من خدمات، برزت قضية الأخطاء الصحافية أكثر وأكثر، وربما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تعظيم فائدة العمل الصحافي، غير أنها أسهمت كذلك في تضخيم الأثر السلبي للأخطاء التي قد يرتكبها الصحفيون إما عن عمد أو بسبب نقص في المهارات والتأهيل المهني.

نعم يخطئ الصحفيون، وثمة ثلاث فئات رئيسة لأخطائهم:

- أخطاء معلوماتية: بسبب عدم تحري الدقة، أو بسبب ورود معلومات خاطئة من مصادرها بشكل متعمد.
- أخطاء مهنية: تتعلق بعدم التوازن في الطرح أو الانحياز لمصالح فئوية أو تجارية.
- أخطاء سياسية: تتعلق بالانحياز المتعمد لمواقف سياسية معينة تعتبر جزءاً من هوية المؤسسة الإعلامية.

وبصفة عامة يجب التصحيح الفوري للأخطاء مع التنويه عن سبب الخطأ، فعلى الرغم من التأكيد على حق الصحفي في حرية التعبير، فإن هذا الحق يرتب مسؤولية أخلاقية عما قد يتسبب به الخطأ من تداعيات.

ومن المعروف أن بعض الصحف الكبرى تفرد مساحة خاصة في عدد اليوم التالي لتصحيح أخطاء العدد السابق، كما أن مؤسسات إعلامية كبرى اعتذرت عن أخطاء ارتكبتها بحسن نية أو أخرى ارتكبها صحفيون يعملون لديها وقامت بمعاقبتهم إدارياً على ما ارتكبوه من أخطاء.

وهناك العديد من الأمثلة على الأخطاء التي أدت إلى حدوث مشكلات

كبيرة، فمراسلة إحدى الفضائيات العربية ذكرت أنه تم رفع حظر التجوال عن إحدى المدن الفلسطينية التي كانت محاصرة في الضفة الغربية، ولم تكن المراسلة قد تأكدت من مصدر الخبر الذي لم يكن صحيحاً، وتسبب الخطأ في أن قامت أسرة بنقل أحد أفرادها ليتلقى علاجاً عاجلاً، حيث كان يعاني مرض الفشل الكلوي، لكن القوات الإسرائيلية أطلقت النار عليهم فأصابتهم (لم يُقتل أحد لحسن الحظ).

ومن الأمثلة الشهيرة للأخطاء المتعمدة قيام محطة إذاعية في رواندا بالتحريض ضد الأقلية من التوتسي، فقد بثت المحطة نداءات، على الهواء، تحض الأغلبية من الهوتو على قتل التوتسي، مما فاقم الحرب الأهلية، التي أسفرت كما هو معروف عن مقتل نحو ثمانمائة ألف شخص.

الصحفي والقانون:

تختلف القوانين التي تنظم العمل الصحافي من دولة لأخرى، لكنها بصفة عامة تتعرض للنقاط التالية:

- حماية المتهمين الذين لم تثبت إدانتهم، وضمان تمتعهم بمحاكمة عادلة عبر عدم تسريب معلومات عن هويتهم أو عن سير المحاكمة.
- حماية هوية ضحايا بعض الجرائم الخاصة كجرائم الشرف.
- حماية المواطنين والشخصيات الاعتبارية من التعرض للتشهير أو القذف، وهو نشر معلومات مغلوطة عنهم أو عن سلوكياتهم بما يضر بصورتهم في المجتمع.
- حماية الحياة الخاصة للجميع بمنع تعرض الصحفيين لتفصيلاتها من دون أن تكون هناك أدلة على وجود علاقة واضحة ومؤكدة بين تلك الحيدة الخاصة وبين المصلحة العامة.
- حماية سرية المعلومات المتعلقة بالأمن القومي للدولة أو المجتمع.

- حماية الأقليات العرقية أو الدينية من التعرض للاضطهاد المعنوي بالتشهير بها كأقلية.

حماية المجتمع من غلو الصحفيين عند التعرض لموضوعات قد تخدش الحياء أو تعد انتهاكاً للتقاليد المتعارف عليها في المجتمع، كنشر الصور الفاضحة أو المقززة حتى وإن كانت هناك اعتبارات تحريرية للنشر.

وتتفاوت العقوبات التي ينص عليها قانون كل دولة من التحذير والإجبار على الاعتذار والتصحيح، إلى الغرامة (التي أحياناً ما تكون ضخمة)، إلى السجن لمدد متفاوتة، وربما تصل إلى الإغلاق المؤقت أو حتى النهائي لوسيلة الإعلام المعنية.

تجنب الأخطاء:

يقوم الصحفيون عادة بتنظيم عملهم، بهدف نيل ثقة الجمهور، سواء لأسباب تجارية صرفة أو لأسباب أخلاقية وتجارية، وبالإضافة إلى تلك الأهداف يحقق تنظيم العمل فائدة كبرى وهي تجنب الوقوع في الأخطاء كلما كان ذلك ممكناً، وتتعدد آليات تجنب الأخطاء، ومنها ما يلي:

- صياغة ميثاق عمل أو وثيقة تحدد الخطوط الإرشادية والقيم التحريرية التي تعد المرجع اليومي للصحفيين في المؤسسة.
- وبالإضافة إلى الخطوط الإرشادية العامة، تضع المؤسسات أيضاً كتيبات مرجعية لتوحيد المصطلحات التي تستخدمها في وصف حالات أو أشخاص أو جهات معينة (مثل: شهيد/ قتيل، انتحاري/ استشهادي، إرهاب/ مقاومة)، وتقوم بتطويرها دورياً تبعاً لمقتضيات الأحداث.
- كما تعمد المؤسسات كذلك إلى وضع هيكلية معينة تضمن مراجعة مضمون العمل الصحافي قبل نشره أو بثه على الهواء.

وتعين بعض المؤسسات مستشارين قانونيين لتقديم المشورة إن قررت

المؤسسة، لأسباب تحريرية قوية، إعداد مواد صحافية ربما تؤدي إلى تعرضها للمساءلة القانونية لاحقاً، وتكون لهؤلاء المستشارين الكلمة الفصل في كيفية صياغة تلك المواد لتجنب الوقوع تحت طائلة القانون.

- ويوجد لدى بعض المؤسسات ما يسمى بـ مجلس الأمناء، وهي هيئة تقوم بالإشراف، عن بعد، على السياسات التحريرية للمؤسسة، وتصحيحها إن خرجت عما هو متفق عليه من قواعد.
- وأخيراً هناك أنظمة تعتمد على تشكيل هيئات عامة، من الجمهور، تقوم بمتابعة العمل الصحافي بشكل عام، وضمان تمثيله لمصالح المجتمع.

وفي بعض الديمقراطيات المتقدمة تعتمد المؤسسات الصحافية الجادة على كل ما سبق، لحماية نفسها من الوقوع في أخطاء تحيد بها عن هدفها الرئيس ألا وهو خدمة مصالح المجتمع، وتمثيله، والدفاع عن قضاياه.

الفصل العشرون

حرية الصحافة Freedom of the press

الصحافة هي التعبير الصادق عن الديمقراطية السلمية، ومع ذلك قد تفرض الرقابة على الصحف أثناء الحروب أو الاضطرابات الداخلية لتهدئة النفوس ولإعادة استتاب الأمن.

إن حرية الصحافة سواء في المفهوم الليبرالي أو في المفهوم الاشتراكي هي جزء من الحريات الأخرى التي لا تنفصل عنها فالحريات الأساسية مقررة في البلاد الاشتراكية كما هي مقررة في البلاد الليبرالية إلا أن النظام الليبرالي يولي اهتماماً خاصاً بالحرية السياسية، بينما النظام الاشتراكي كان يعنى وبدرجة كبيرة بالحريت الاجتماعية التي تكفل المواطن حق العلم والتعليم والتأمين الاجتماعي، وقد انتقل النص إلى هده الحريات الاجتماعية إلى بعض الدساتير الليبرالية التي صدرت بعد الحرب العالمية الثانية مثل الدستور الايطالي ويمكن الحديث عن حرية الصحافة من ثلاث زوايا هي:

حرية المعرفة. وهي الحق في الحصول على المعلومات اللازمة حتى نستطيع تعظيم حياتنا والحصول على قدر من المشاركة في الحكم، وهذا الحق إنما هو حق اجتماعي يخص عامة الجماهير.

حرية القول: وهي الحق في نقل المعلومات بحرية وتكوين رأي في أي موضوع المناقشة حوله، وهذا الحق هو ما يقصد به "حرية الصحافة" وهو بدوره حق جمهرة الناس ولكن تقوم به وسائل الاتصال الجماهيري.

حرية البحث: وهي الحق في اتصال وسائل الاتصال بمصادر المعلومات التي تحب معرفتها ونشرها، وهذا حق للمجتمع أيضاً، ولكن يقوم به الباحثون الأساسيون في المجتمع الآن أي وسائل الاتصال، ولعل هذا الحق هو أكثر الموضوعات محلاً للشكوى إذ بدونه لا تستطيع وسائل الاتصال القيام بمسؤولياتها الخاصة بالحرية في المعرفة وأن المسؤولية الأساسية للصحافة دون توقف هي الدفاع عن هذه الحريات الثلاث وألا يكون دفاعها ضد تدخل الحكومة فحسب، بل كذلك ضد أي تدخل احتواء من أي جماعة داخل الدولة أو من خارج الدولة، أو من القوى المؤثرة في داخل وسائل الاتصال ذاتها، وان أفضل وسيلة للدفاع عن الحرية الآن بالنسبة لوسائل الاتصال إنما هي المسؤولية، وهذه هي المعضلة الهمة، أي إيجاد التوازن بين الحرية والمسؤولية.

وإذا تصورنا أن حرية الصحافة لها مثلث ذهبي له أضلاع ثلاثة لا تكتمل تماماً إلا بتمامها:

الضلع الأول: يتصل بالملكية والمالك، فلابد من إقرار حق إصدار الصحيفة بغير توقف على ترخيص سابق، وتضيق معنى الإخطار إلى مجرد الإعلام بظهور الصحيفة، وألا يشترط في الإصدار إلا الشروط القانونية في المواطن كامل الأهلية دون تقيد ذلك بقيود مالية، أو بمعنى آخر إطلاق حرية إصدار الصحف.

الضلع الثاني: هو العنصر الإنتاجي أو العنصر البشري أي الصحفيين ولا تتوافر حرية الصحافة دون النص صراحة في الدستور على كفالة حق التعبير وحرية الرأي دون رقابة سابقة، وتحريم التعطيل الإداري للصحف والأخذ بنظام المحاسبة اللائقة للصحفيين على أن تكون محاسبة قضائية مكفولة بشروط قانونية عادلة، ويقتضي ذلك أيضاً حماية التنظيم النقابي المنتخب انتخاباً حراً وديمقراطياً، والحفاظ على استقلالية النظام النقابي، وكفالة هذا الحق الديمقراطي في الإنشاء والنشاط.

أما الضلع الثالث: فيتصل بالتوزيع، أي بالقارئ وحقه في الإعلام أو حق المواطن في الإعلام، ولا تكتمل حرية الصحافة إلا به، بإقرار حق القارئ في استقاء الإنباء الموضوعية والمحايدة، أي بالحق أي أن يتعلم ويتصل، وهذا هو الحق الجديد

من حقوق الإنسان وذلك لأن حق الاتصال والحصول على المعلومات يجب أن يكون حقاً للجميع دون تمييز بسبب الدين أو اللغة أو العنصر أو الجنس أو الرأي أو الموقف السياسي أو الفكري وبذلك تتحقق المشاركة الايجابية، وإلا ظلت المعلومات تتدفق من أعلى إلى أسفل، من السلطة إلى المحكومين أو من الدولة الأقوى إلى الدولة الأضعف، أو من الشعوب الصناعية الغنية إلى الشعوب النامية الفقيرة.

حرية التعبير:

إذا كان عصر الساحات العامة والمنابر عندما كان الاتصال مباشراً بين الأشخاص قد تمخض عن أبرز ثمار الحضارة الإنسانية الحديثة، وهو مفهوم حرية الرأي، فإن ظهور الطباعة في القرن الخامس عشر، ثم نشأة الصحافة كأول وسيلة مطبوعة للاتصال الجماهيري، قد أسفرا عن نشوء مفهوم حرية التعبير كنتيجة طبيعية لذلك، وكجزء أصيل من تراث الثورات البرجوازية في أوروبا خلال القرنين ١٧، ١٨ والفكر الماركسي في القرن ١٩

وقد أظهرت التجارب التاريخية أن حرية التعبير ليست مجرد فلسفة مثالية، إنما هي ممارسات واقعية تحكمها العوامل السياسية والمصالح الاقتصادية والسياقات السوسيوثقافية التي تختلف باختلاف العصور والمجتمعات، وينطبق هذا القول بصفة خاصة على حرية التعبير من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، فلا شك أن حرية التعبير التي يتمتع بها أصحاب المؤسسات الصحفية والمسؤولون عن إدارة المؤسسات الإعلامية الأخرى "وتحديداً الإعلام المرئي والمسموع"، تختلف عن تلك الحرية التي يتمتع بها الجمهور المتلقي سواء من القراء أو المشاهدين والمستمعين.

وقد استطاع المجتمع الدولي أن يطور مفهوماً مشتركاً لحرية الإعلام واضعاً في اعتباره الاختلافات الفكرية والمصالح السياسية والاقتصادية المتباينة، حيث بدأت جهوده في هذا المجال قبل وأثناء الحرب العالمية الثانية، عندما تصاعدت الانتهاكات النازية ضد حقوق الإنسان داخل ألمانيا والتي مهدت الطريق للعدوان النازي الألماني الشامل ضد الشعوب الأوروبية، وشكلت هذه الانتهاكات اعتداءً

صارخاً على حرية التعبير تجسد في سوء استخدام وسائل الإعلام من خلال تسخيرها للدعاية العنصرية والحرب النفسية سواء في الداخل بالنسبة للشعب الألماني أو في الخارج بالنسبة للشعوب الأخرى.

وفي مواجهة هذا تمحور الإجماع الأوروبي حول التأكيد على أن ضمان حرية التعبير ورفض كافة أشكال الدعاية العنصرية، والحرب النفسية يعدان قيماً ديمقراطية أساسية لتحقيق التعايش السلمي، وبالفعل فقد تحالفت أجهزة الإعلام الخاصة بدول الحلفاء "الإذاعة البريطانية وراديو موسكو وصوت أمريكا" في مواجهة الدعاية النازية أثناء الحرب العالمية الثانية، كما أصبحت مسألة الإعلام "حرياته ومسؤولياته" من أبرز القضايا التي شملتها مفاوضات سان فرنسيسكو أثناء إعداد مسودة ميثاق الأمم المتحدة، وحددت المادتان ١، ٥٥ من ميثاق الأمم المتحدة المفهوم العام للحق في حرية التعبير كجزء من الحقوق الأساسية للإنسان، كما أنها ربطت هذا الحق بضمان تحقيق الأهداف الخاصة بالحفاظ على السلام الدولي "المادة ١- الفقرة١" وتنمية علاقات الصداقة بين الشعوب "المادة ١- الفقرة ٢" كذلك ربطت بين تطوير هذا الحق وضرورة ضمان احترام المساواة في الحقوق بين الشعوب وخاصة حق تقرير المصير "المادة ١- الفقرة ١".

إن حرية الصحافة (أو الصحافة الحرة) هي الضمانة التي تقدمها الحكومة لحرية التعبير وغالباً ما تكون تلك الحرية مكفولة من قبل دستور البلاد للمواطنين والجمعيات وتمتد لتشمل المنظمات بث الأخبار وتقاريرها المطبوعة، وتمتد تلك الحرية لتشمل جمع الأخبار والعمليات المتعلقة بالحصول على المعلومات الخبرية بقصد النشر، وفيما يتعلق بالمعلومات عن الحكومة فمن صلاحية الحكومة تحديد ما هي المعلومات المتاحة للعامة وما هي المعلومات المحمية من النشر للعامة بالاستناد إلى تصنيف المعلومات إلى معلومات حساسة وسرية للغاية وسرية أو محمية من النشر بسبب تأثير المعلومات على الأمن القومي، وتخضع العديد من الحكومات لقوانين إزالة صفة الحرية أو قانون حرية المعلومات الذي يستخدم في تحديد المصالح القومية

مبادئ أساسية ومعايير:

حرية الصحافة بالنسبة للعديد من البلدان تعني ضمناً بأن من حق جميع الأفراد التعبير عن أنفسهم كتابةً أو بأي شكل آخر من أشكال التعبير عن الرأي الشخصي أو الإبداع، وينص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن: "لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير، ويتضمن هذا الحق حرية تبني الآراء من دون أي تدخل والبحث عن وتسلم معلومات أو أفكار مهمة عن طريق أي وسيلة إعلامية بغض النظر عن أي حدود"، وعادة ما تكون هذه الفلسفة مقترنة بتشريع يضمن درجات متنوعة من حرية البحث العلمي والنشر والطباعة، أما عمق تجسيد هذه القوانين في النظام القضائي من بلد لآخر فيمكن أن تصل إلى حد تضمينها في الدستور، وغالباً ما تغطي نفس القوانين مفهومي حرية الكلام وحرية الصحافة ما يعني بالتالي معالجتها للأفراد ولوسائل الإعلام على نحو متساو.

والى جانب هذه المعايير القانونية تستخدم بعض المنظمات غير الحكومية معايير أكثر للحكم على مدى حرية الصحافة في مناطق العالم؛ فمنظمة صحفيون بلا حدود تأخذ بعين الاعتبار عدد الصحفيين القتلى أو المبعدين أو المهددين ووجود احتكار الدولة للتلفزيون والراديو إلى جانب وجود الرقابة والرقابة الذاتية في وسائل الإعلام والاستقلال العام لوسائل الإعلام وكذلك الصعوبات التي قد يواجهها المراسل الأجنبي.

أما منظمة Freedom House فتدرس البيئة السياسية والاقتصادية الأكثر عمومية لكل بلد لغرض تحديد وجود علاقات إتكالية تحد عند التطبيق من مستوى حرية الصحافة الموجودة نظرياً من عدمه، لذا فإن مفهوم استقلال الصحافة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم حرية الصحافة.

الصحافة كسلطة رابعة:

يستخدم مفهوم الصحافة كسلطة رابعة لمقارنة الصحافة (وسائل الإعلام عموماً) بفروع مونتيسكيو الثلاثة للحكومة وهي: التشريعية و لتنفيذية

والقضائية، وقد قال إدموند بروك بهذا الصدد: "ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف في البرلمان، ولكن هناك في قاعة المراسلين تجلس السلطة الرابعة وهي أهم منكم جميعاً".

إن تطور الإعلام الغربي كان موازياً لتطور الليبرالية في أوروب والولايات المتحدة، وقد كتب فرد. س. سايبرت في مقالة بعنوان النظرية الليبرالية لحرية الصحافة: "لفهم المبادئ التي تحكم الصحافة في ظل الحكومات الديمقراطية، ينبغي للمرء أن يفهم فلسفة الليبرالية الأساسية والتي تطورت طوال الفترة بين القرن السابع عشر والقرن التاسع عشر".

لم تكن حرية التعبير حقاً تمنحه الدولة بل حقاً يتمتع به الفرد وفق القانون الطبيعي، لذا كانت حرية الصحافة جزءاً لا يتجزأ من الحقوق الفردية للإنسان التي تدعمها الإيديولوجية الليبرالية، إن الفكرة الليبرالية للحرية تتمثل في الحرية السلبية أو بمعنى آخر على أنها الخلاص من الاضطهاد، وحرية الفرد في التطور من دون معوقات، وتعتبر هذه الفكرة مضادة لبعض الفلسفات مثل الفلسفة الاشتراكية للصحافة.

مكانة حرية الصحافة في أنحاء العالم:

تقوم منظمة مراسلون بلا حدود كل عام بنشر تقريرها الذي تصنف فيه بلدان العالم وفق شروط حرية الصحافة، ويستند التقرير على نتائج الاستبيانات المرسلة إلى الصحفيين الأعضاء في منظمات مماثلة لـ "مراسلون بلا حدود" بالإضافة إلى بحوث الباحثين المختصين والقانونيين والنشطاء في مجال حقوق الإنسان، يتضمن الاستبيان أسئلة حول الهجمات المباشرة على الصحفيين ووسائل الإعلام بالإضافة إلى مصادر الضغط الأخرى على حرية الصحافة مثل الضغط على الصحفيين من قبل جماعات غير حكومية، وتولي "مراسلون بلا حدود" عناية فائقة بأن يتضمن تقرير التصنيف أو "دليل حرية الصحافة" الحرية الصحفية وأن يبتعد عن تقييم عمل الصحافة.

في عام ٢٠٠٣ كانت الدول التي تتمتع بصحافة حرة تماماً هي فنلندا، آيسلندا، هولندا، النرويج، وفي عام ٢٠٠٤ احتلت إلى جانب الدول المذكورة دول الدانمارك وايرلندا وسلوفاكيا وسويسرا أعلى قائمة الدول ذات الصحافة الحرة وتلتها نيورلندا ولاتفيا، أما الدول الأقل في مستوى حرية الصحافة ٢٠٠٦ فقد تقدمتها كوريا الشمالية لتليها كوبا وبورما وتركمانستان وأريتيريا والصين وفيتنام والنيبال والسعودية وإيران.

الدول غير الديمقراطية:

وفقاً لتقارير "مراسلون بلا حدود" فإن ثلث سكان العالم يعيشون في بلدان تنعدم فيها حرية الصحافة، والغالبية تعيش في دول ليس فيها نظام ديمقراطي أو حيث توجد عيوب خطيرة في العملية الديمقراطية.

تعتبر حرية الصحافة مفهوماً شديد الإشكالية لغالبية أنظمة الحكم غير الديمقراطية، سيما وان التحكم بالوصول إلى المعلومات في العصر الحديث يعتبر أمراً حيوياً لبقاء معظم الحكومات غير الديمقراطية ويصاحبها من أنظمة تحكم وجهاز امني، ولتحقيق هذا الهدف تستخدم معظم المجتمعات غير الديمقراطية وكالات إخبارية تابعة للحكومة لتوفير الدعاية اللازمة للحفاظ على قاعدة دعم سياسي وقمع (وغالباً ما يكون بوحشية شديدة عن طريق استخدام أجهزة الشرطة والجيش ووكالات الاستخبارات) وأي محاولات ملحوظة من قبل وسائل الإعلام أو أفراد لتحدي "خط الحزب" الصحيح في القضايا الخلافية، وسيجد الصحافيون العاملون في هذه البلدان على حافة المقبول أنفسهم غالباً هدفاً لتهديدات متكررة من قبل عملاء الحكومة، وقد تتراوح هذه المخاطر بين تهديدات بسيطة على مستقبلهم المهني (الطرد من العمل، وضع الصحفي على القائمة السوداء) لتصل إلى التهديد بالقتل والخطف والتعذيب والاغتيال، وقد أعلنت "مراسلون بلا حدود" أن ٤٢ صحفياً قتلوا في عام ٢٠٠٣ لا أثناء تأديتهم لواجبهم كما أودع في نفس العام ١٣٠ صحفياً السجون بسبب نشاطاتهم المهنية.

نظرة تاريخية:

الثورة الإنكليزية:

نتج عنها في عام ١٦٨٨ سيادة البرلمان على التاج وفوق كل شيء حق التطور، وكان جون لوك الملهم الرئيس لليبرالية الغربية، لأنه قرر منح بعضاً من حقوقه الأساسية في الدولة الطبيعية (الحقوق الطبيعية) للصالح العام، فقد وضع الفرد بعضاً من حقوقه في عهدة الحكومة، ودخل الناس عقداً اجتماعياً مع صاحبة السيادة (أو بمعنى آخر الحكومة) تضمن بنوداً لحماية هذه الحقوق الفردية نيابةً عن الناس حسبما كتبه جون لوك في كتابه "اتفاقيتا الحكومة"، كان لدى إنكلترا ولغاية العام ١٦٩٤ نظاماً مفصلاً لمنح الإجازات، ولم يكن بالإمكان نشر أي منشور بدون رخصة من الحكومة.

وقبل خمسين عاماً أثناء الحرب الأهلية كتب جون ميلتون كراسه المعنون Areopagitica، وقد انتقد ميلتون في كراسه ذاك نظام الرقابة الذي تفرضه الحكومة وسخر من تلك الفكرة حينما كتب يقول: "فيما يمكن للمدينين والجانحين أن يسافروا إلى خارج البلاد من دون وصي، فإن الكتب غير المسيئة لو أرادت أن تمشي خطوات فإنها لا يمكنها ذلك من دون سجان مرئي فوق عناوينها"، ورغم أن المقالة تلك لم يكن لها تأثير كبير حينها في وقف ممارسة منح التراخيص الحكومية للمنشورات، إلا أنها ستُعد فيما بعد من الأعمدة الرئيسية لحرية الصحافة، حجة ميلتون القوية تمثلت في قوله بأن الفرد قادر على التعامل المنطقي وتمييز الخطأ من الصواب والسيئ من الجيد، ولكي يكون من الممكن ممارسة هذا الحق المنطقي ينبغي أن تكون للمرء الحرية الكاملة للإطلاع على آراء في "مواجهة حرة ومفتوحة"، وقد نشأت عن كتابات ميلتون مفهوم "السوق المفتوحة للآراء": حيثما يتجادل الناس مع بعض فإن الحجج الجيدة هي التي تسود.

ومن أنواع التعبير الذي كان مقيداً في إنكلترا ذلك الذي يحظره قانون التشهير التحريضي والذي جعل من مسألة انتقاد الحكومة جريمة يحاسب عليها

القانون، وكان الملك فوق كل الانتقادات وكانت التصريحات التي تنتقد الحكومة محظورة بقانون محكمة Star Camber (وهي محكمة قانونية في القصر الملكي في ويست منستر بدأت أولى جلساتها عام ١٤٨٧ وانتهت أعمالها في ١٦٤١ حينما ألغيت المحكمة)، لم تكن الحقيقة المجردة دفاعاً قوياً أمام قانون التشهير التحريضي، لأن هدف القانون كان منع ومعاقبة كل انتقاد يوجه إلى الحكومة.

إن تعاطي ستيوارت مل مع إشكالية السلطة في مواجهة الحرية كان ينبع من وجهة نظر القرن التاسع عشر النفعية: أي للفرد حق التعبير عن نفسه طالما أنه لا يؤذي الآخرين، والمجتمع الجيد هو المجتمع الذي يتمتع فيه أكبر عدد من أفراده بأكبر قدر من السعادة، بتطبيق المبادئ العامة لحرية الفرد يقول ستيوارت مل بأننا لو اسكتنا رأياً واحداً فإننا نكون بذلك قد أسكتنا حقيقة، ولهذا فإن حرية الفرد في التعبير من هذا المنطلق أمر صحي وفي صالح المجتمع، وفي كتابه (حول الحرية) عبّر مل عن تطبيق المبادئ العامة لحرية التعبير حين كتب قائلاً: "إذا كان البشرية جمعاء متفقين على رأي معين وهناك شخص واحد له رأي مغاير فليس بيد البشرية أي مبرر لإسكات رأي هذا الفرد بالضبط كما أنه ليس من حق ذلك الفرد وليس مبرراً له إسكات البشرية جمعاء".

ألمانيا النازية:

دكتاتورية أدولف هتلر قمعت حرية الصحافة بشكل كامل، فلم يكن مسموحاً للصحفيين كتابة أي شيء ضد هتلر وإلا كانوا سيخاطرون بالتعرض للسجن وحتى الموت، وكان النازيون هم دائماً من يستغل الدعاية في صحفهم ووسائل الإعلام الأخرى.

الولايات المتحدة الأمريكية:

صدرت أول صحيفة في المستعمرات البريطانية في أمريكا الشمالية وكانت "السلطة" تصدرها أي بمعنى أنها كانت تصدر بموجب ترخيص من الحكام

الاستعماريين، وأول صحيفة دورية صدرت كانت (Boston News- Letter) وكان يصدرها جون كامثيل، وكانت صحيفة أسبوعية بدأ صدورها عام ١٧٠٤، وكان الحكام الاستعماريون الأوائل إما مدراء دوائر بريد أو ناشرين حكوميين، ولهذا كان من غير المحتمل أن يتحدوا سياسات الحكومة، وأول صحيفة مستقلة صدرت في المستعمرات البريطانية كانت صحيفة (New-England Courant) وكان يصدرها في بوسطن جيمس فرانكلين صدر أول عدد منها عام ١٧٢١، بعدها بسنوات قليلة اشترى شقيق فرانكلين الأصغر- بنيامين- صحيفة (Pennsylvania Gazette) التي كانت تصدر في فيلادلفيا والتي أصبحت صحيفة بارزة في العهد الاستعماري، وتم خلال تلك الفترة إلغاء نظام التراخيص للصحف فتسنى لها الصدور بحرية ونشر ما تريد من وجهات نظر مخالفة ولكنها كانت خاضعة للعقوبات بموجب قانون التشهير أو حتى قانون التحريض إذ كان ما تنشره من آراء يشكل تهديداً للحكومة.

ويعود مفهوم "حرية الصحافة" الذي تم تضمينه في دستور الولايات المتحدة بالأصل إلى قضية محاكمة جون ثيتر زينترمن قبل الحاكم الاستعماري في نيويورك في عام ١٧٣٥، وقد حصل زينتر على حكم بالبراءة من التهم الموجهة إليه بعد أن دفع محاميه أمام المحلفين (وخلافاً للقانون الإنكليزي العريق) بالقول أنه ليس هناك أي تشهير حينما يتم نشر الحقيقة، ولكن حتى بعد هذه القضية الاحتفالية تمسك الحكام الاستعماريون والجمعيات الوطنية بصلاحية مقاضاة وحتى سجن الناشرين الذين ينشرون وجهات نظر مغايرة للحكومة.

وخلال الثورة الأمريكية اعترف القادة الثوريون بالصحافة الحرة كعنصر من عناصر الحرية التي سعوا للحفاظ عليها، وقد جاء في إعلان فيرجينيا للحقوق (في ١٧٧٦) بان: "حرية الصحافة إحدى أهم أسس الحرية ولا أحد يقيدها أبداً سوى الحكومات الاستبدادية"، وعلى نفس المنوال ورد في دستور ماساشوسيتس (في عام ١٧٨٠): "إن حرية الصحافة أمر أساسي لضمان الحرية في الدولة: ولهذا يجب أن لا يتم تقييدها في هذا الكومنولث"، وعلى هدى هذين المثالين حرم التعديل الأول على

الدستور الأمريكي، الكونغرس، من سلطة اختزال حرية الصحافة وكذلك حرية التعبير المرتبطة بها ارتباطاً وثيقاً.

وبشكل عام فإن حرية الصحافة تشمل المواد التالية:

مادة (١)

الصحافة سلطة شعبية تنهض برسالتها بحرية واستقلال من أجل تأمين وممارسة حرية الرأي والفكر والتعبير والنشر والحق في الاتصال والحصول على المعلومات الصحيحة ونشرها وتداولها كحقوق أصيلة غير قابلة للمساس بها، وتسهم الصحافة في نشر الفكر والثقافة والعلوم والارتقاء بها.

والصحافة وسيلة للرقابة الشعبية على مؤسسات المجتمع من خلال التعبير عن الرأي والنقد ونشر الأخبار والمعلومات في إطار من الدستور والقانون مع احترام المقومات الأساسية للمجتمع وحقوق وحريات الآخرين.

وحرية الرأي والتعبير مكفولة لكل مواطن، وله أن يعبر عن رأيه بكافة الطرق كالقول والكتابة والتصوير والرسم وغيرها من وسائل التعبير.

مادة (٢)

تشمل حرية الصحافة ما يلي:

١- حق إصدار الصحف.

٢- إتاحة الفرصة للمواطنين لنشر آرائهم.

٣- حق الصحفيين في الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة وتحليلها والتعليق عليها وتداولها ونشرها في حدود القانون مع الحفاظ على قيم المجتمع وأخلاقه وأمنه القومي.

٤- حق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.

٥ حرية التعبير عن الرأي والفكر دون قيود إلا ما تعلق بأمن المجتمع وأخلاقه وقيمه على الوجه المقرر قانوناً.

مادة (٣)

يحظر فرض الرقابة المسبقة أو اللاحقة على الصحف، كما تحظر مصادرة الصحف بالطريق الإداري أو إغلاقها أو تعطيلها أو إلغاؤها بغير حكم قضائي نهائي وفي الأحوال التي يجيزها القانون.

ولا يجوز منع الصحف التي تصدر بالخارج من الدخول والتداول بالوطن إلا إذا تضمنت مواد ماسة بالأمن القومي أو بالنظام العام والآداب.

ويصدر قرار المنع من الوزير المختص الذي يعرضه على القضاء المستعجل لإقراره أو إلغائه في خلال أربع وعشرين ساعة.

وتصدر المحكمة حكمها في ذات جلسة العرض، ويعتبر قرار المنع لاغياً في حالة عدم عرضه على القضاء المستعجل في الأجل المذكور أو في حالة صدور حكم بإلغائه.

تملك الصحف وإصدارها

مادة (٤)

حق تملك الصحف وحرية إصدارها مكفولان للأشخاص الطبيعيين وكذلك للأشخاص الاعتبارية العامة والخاصة من المواطنين وحاملي جنسية إحدى الدول العربية كاملي الأهلية.

مادة (٥)

على من يرغب في إصدار صحيفة أن يخطر بذلك الجهة الإدارية المختصة بإخطار كتابي، وعلى الجهة الإدارية الرد على الإخطار بالموافقة أو الاعتراض خلال ثلاثين يوماً من تاريخ تسلمه وإلا اعتبرت موافقة.

وفي حالة اعتراض الجهة الإدارية فيجب أن تخطر طالب الإصدار كتابة بذلك وأن ترفع الدعوى بتأييد الاعتراض على إصدار الصحيفة أمام المحكمة المختصة في موعد لا يتجاوز الثلاثين يوماً التالية لإخطار طالب الإصدار به، ولا يترتب على الاعتراض أو على رفع الدعوى وقف إصدار الصحيفة ما لم يصدر حكم قضائي نهائي بذلك.

وتحدد اللائحة التنفيذية لهذا القانون شروط وأوضاع الأخطار.

مادة (٦)

لا يجوز للحكومة أو لأي من الأشخاص الاعتبارية العامة أن تتملك حصة تزيد عن الربع في رأسمال أي صحيفة وذلك فيما عدا الصحف والنشرات المهنية والعلمية والمتخصصة.

حقوق الصحفيين

مادة (٧)

الصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم في عملهم لغير القانون ومبادئ أخلاق مهنتهم وضميرها.

مادة (٨)

يحظر المساس بأمن الصحفي بسبب مباشرته عملاً من أعمال مهنته، ويعتبر ماساً بأمن الصحفي بصفة خاصة ما يلي:

أ- تعريض الصحفي لأي ضغط أو إكراه من أي جهة بهدف التأثير عليه.

ب- الضغط على الصحفي من أجل حمله على إفشاء مصادر معلوماته ولو كان ذلك في إطار تحقيق جنائي.

ج- القبض على الصحفي أو حبسه احتياطياً أو اعتقاله أو سلب حريته بأي صورة من الصور بسبب ممارسته مهنته.

د- حرمان الصحفي من أداء عمله أو من الكتابة أو النشر بغير مقتضى، وذلك مع عدم الإخلال بما هو متعارف عليه من سلطة رئيس التحرير من تقرير مناسبة النشر وفقاً لأصول المهنة.

هـ- نقل الصحفي إلى مهنة غير مهنته سواء داخل الصحيفة التي يعمل بها أو خارجها، أو نقله إلى عمل صحفي آخر أقل في المرتبة الأدبية أو المالية، وكذلك نقله إلى صحيفة أخرى دون موافقته الكتابية.

و- حرمان الصحفي دون مبرر قانوني من أي ميزة مالية مقررة له بما

في ذلك العلاوات والترقيات والحوافز.

مادة (٩)

لا يجوز تعريض الصحفي المساءلة التأديبية بسبب ممارسة مهنته ما لم يخالف القانون أو تقاليد المهنة أو آدابها المنصوص عليها في ميثاق الشرف الصحفي، وتختص نقابة الصحفيين وحدها دون غيرها بمساءلة الصحفي مهنياً.

مادة (١٠)

للصحفي الحق في الحصول من أي جهة حكومية أو عامة على المعلومات والإحصائيات والبيانات من مصادرها وله حق نشرها.

كما أن له حق الاطلاع على كافة الوثائق الرسمية وان يتلقى الإجابة من الجهات المسؤولة عما يستفسر عنه من معلومات.

ولا يجوز لغير مقتضيات الدفاع عن الوطن وحماية الأمن القومي فرض قيود على حرية تداول المعلومات عامة أو بما يحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف ووسائل الإعلام في الحصول على المعلومات.

ويعاقب كل من تثبت مسؤوليته عن تعطيل حق الصحفي في الحصول على معلومات بغرامة لا تقل عن ( ) ولا تزيد عن ( ) فضلاً عن مسؤوليته المدنية في تعويض الصحفي والغير عما سببه حجب المعلومات من إضرار إن كان لذلك وجه.

مادة (١١)

للصحفي في حدود تأديته لعمله الحق في حضور الاجتماعات العامة وجلسات المحاكم وجلسات المجالس النيابية والمحلية والجمعيات العمومية للنقابات والاتحادات والنوادي والجمعيات وغيرها من مؤسسات عامة ما لم تكن تلك الجلسات أو الاجتماعات مغلقة أو سرية بحكم القوانين أو اللوائح.

ويعاقب كل من يعطل حق الصحفي في حضور الاجتماعات العامة على النحو الوارد في هذه المادة بالغرامة التي لا تقل عن ( ) ولا تزيد عن ( ) فضلاً عن تحمله للمسؤولية المدنية إذا كان لها وجه.

مادة (١٢)

شرط الضمير: من حق الصحفي إنهاء عقد عمله بالصحيفة بإرادته المنفردة دون تنبيه أو إنذار مع حقه في التعويض المناسب إذا طرأ تغير جذري في سياسة الصحيفة بما يخالف معتقدات الصحفي ويغير بالتالي من الظروف التي في ظلها أبرم عقد العمل.

مادة (١٣)

يكون لكل صحيفة رئيس تحرير مسؤول يشرف إشرافاً فعلياً عما ينشر بها، وعدد من المحررين يشرف كل منهم على قسم من أقسامها.

ويشترط في رئيس التحرير والمحررين أن يكونوا أعضاء مقيدين بجدول المشتغلين بنقابة الصحفيين لم يسبق الحكم عليهم في جريمة مخلة بالشرف أو الأخلاق.

ويستثنى من شرط عضوية نقابة الصحفيين رؤساء تحرير ومحررو النشرات غير الدورية والصحف المهنية والمتخصصة التي تصدرها المؤسسات العلمية والنقابات والهيئات الأخرى التي تحددها نقابة الصحفيين.

واجبات الصحفيين

مادة (١٤)

يلتزم الصحفي فيما ينشره باحترام الدستور والقانون مراعياً في كل أعماله مقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب مهنة الصحافة وتقاليدها، بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه وبما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين أو يمس إحدى حرياته، وعليه أن يمتنع عن الانحياز إلى الدعوات العنصرية أو المتعصبة أو المتطرفة أو المعادية لمبادئ حقوق الإنسان، وعن امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها أو الطعن في إيمان الآخرين أو الدعوة إلى التمييز بين بعض فئات أو طوائف المجتمع أو الحط منها أو ازدرائها.

كما يلتزم الصحفي بصفة خاصة بميثاق الشرف الصحفي الصادر عن نقابة الصحفيين، ويساءل الصحفي تأديبياً عن الإخلال بهذه الالتزامات.

مادة (١٥)

لا يجوز للصحفي أن يتعرض للحياة الخاصة للمواطنين.

ومع ذلك فنقد الحياة الخاصة للمشتغل بالعمل العام ونقد أعمال وسلوكيات الموظف العام أو الشخص ذي الصفة النيابية العامة أو المكلف بخدمة عامة مباح ما دام يستهدف المصلحة العامة.

مادة (١٦)

إعمالاً لحق الرد يجب على رئيس التحرير المسؤول أن ينشر بناء على طلب ذوي الشأن تصحيح ما سبق نشره من وقائع أو من تصريحات تتعلق بهم.

ويجب نشر التصحيح خلال الأيام الثلاثة التالية لاستلامه أو على الأكثر في أول عدد يظهر للصحيفة وفي نفس المكان وبنفس الحروف، التي نشر بها المقال أو الخبر أو المادة الصحفية المطلوب تصحيحها.

ويكون نشر التصحيح بدون مقابل إذا لم يتجاوز مساحة المقال أو الخبر المنشور.

فإذا جاوزه كان للصحيفة الحق في مطالبة صاحب الشأن قبل النشر بأجر المقدار الزائد على أساس تعريفة الإعلانات المقررة.

ويرسل طلب التصحيح من صاحب الشأن إلى رئيس التحرير مرفقاً به ما قد يكون متوفراً لدية من مستندات.

مادة (١٧)

يجوز الامتناع عن نشر التصحيح في الأحوال الآتية:

١- إذا وصل التصحيح إلى الصحيفة بعد مضي ثلاثين يوماً من تاريخ النشر الذي اقتضاه.

٢ إذا سبق للصحيفة أن صححت بنفس المعنى الوقائع أو التصريحات التي اشتمل عليها المقال أو الخبر أو المادة المطلوب تصحيحها.

٣- إذا كان التصحيح محرراً بلغة غير التي كتب بها المقال أو الخبر أو المادة الصحفية.

ويجب الامتناع عن نشر التصحيح إذا انطوى على جريمة يعاقب عليها القانون أو على مخالفة للآداب العامة.

مادة (١٨)

يعتبر قيام الصحيفة بنشر التصحيح وفقاً لأحكام القانون بمثابة التعويض المناسب للمضرور عن الضرر الذي إصابة أن كان لذلك وجه.

مادة (١٩)

تعتبر الصحف مسؤولة بالتضامن مع محرريها عما قد يلزمون به من تعويضات للغير من جراء النشر بالصحيفة.

مادة (٢٠)

يحظر على الصحيفة تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحكمة بما يؤثر على صالح التحقيق أو سير المحاكمة.

وتلتزم الصحيفة بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرائم الأحداث والدعارة والفسق.

وتلتزم الصحيفة بنشر بيانات النيابة العامة وكذلك قراراتها بحفظ التحقيق والأحكام الصادرة في القضايا التي تناولتها بالنشر مع موجز وافٍ للأسباب التي تقام عليها.

مادة (٢١)

لا يجوز للصحف نشر ما يجري في الدعاوى التي تقرر المحاكم نظرها في جلسة سرية، أو نشر مداولات المحاكم، أو نشر ما يجري في الجلسات العلنية بالمحاكم على نحو يخالف الحقيقة.

مادة (٢٢)

لا يجوز للصحف نشر ما يجري من مناقشات في الجلسات السرية للمجالس النيابية أو نشر ما يجري في الجلسات العلنية على نحو يخالف الحقيقة.

مادة (٢٣)

يحظر على الصحيفة أو الصحفي قبول تبرعات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وتعتبر أي زيادة في أجر الإعلانات التي تنشرها هذه الجهات عن الأجور المقررة للإعلان بالصحيفة إعانة غير مباشرة

ويعاقب كل من يخالف ذلك بغرامة لا تقل عن ( ) ولا تزيد عن ( ) وتحكم المحكمة بإلزام المخالف بأداء مبلغ يعادل ضعف التبرع أو الميزة أو الإعانة التي حصل عليها على أن يؤول هذا المبلغ إلى صندوق معاشات نقابة الصحفيين.

مادة (٢٤)

يحظر على الصحف نشر إي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع وأسسه ومبادئه أو آدابه العامة أو رسالة الصحافة وأهدافها.

ويجب الفصل بصورة كاملة وبارزة بين المواد التحريرية والإعلانية.

مادة (٢٥)

لا يجوز للصحفي إن يعمل في جلب الإعلانات أو تحريرها أو أن يحصل على أي مبالغ مباشرة أو غير مباشرة أو مزايا عن مراجعة أو تحرير أو نشر الإعلانات بأي صفة، ولا يجوز أن يوقع باسمه مادة إعلانية.

مادة (٢٦)

تلتزم جميع الصحف والمؤسسات الصحفية بنشر ميزانياتها، وتتولى الجهة الإدارية المختصة بصفة دورية مراجعة دفاتر مستندات المؤسسة الصحفية للتحقق من سلامة ومشروعية إجراءاتها المالية والإدارية والقانونية.

في المسؤولية عن جرائم النشر

مادة (٢٧)

حق النقد وحرية إبداء الرأي والتعبير عنه مكفولان، ولا جريمة إذا نشر الصحفي بحسن نية ما يعتقد بصحته بعد توخي الحذر والحيطة الواجبة، وعلى من يطعن في صحة خبر أو واقعة منشورة عبء إثبات الكذب وعلم الصحفي بذلك

مادة (٢٨)

تلغى العقوبات المقيدة للحرية في الجرائم التي تقع بواسطة الصحف المنصوص عليها في كافة القوانين ويكتفي بعقوبة الغرامة على أن يضاعف الحد الأدنى والحد الأقصى للغرامة المنصوص عليها.

مادة (٢٩)

المسؤولية الجنائية عن جرائم النشر مسؤولية شخصية ولا يسأل رئيس التحرير جنائياً إلا إذا قام الدليل على حصول النشر بموافقته وتعذرت معرفة الصحفي المسؤول عن النشر.

مادة (٣٠)

لا تكون المعلومات والبيانات والأوراق والوثائق التي يحوزها الصحفي ومتصلة بعمله من بين أدلة الاتهام ضده في أي تحقيق جنائي وتلتزم جهات الضبط والتحقيق بتحرير بيان بهذه المستندات يوقع عليها الصحفي وبإعادتها كاملة إليه.

في التحقيق وتحريك الدعوى العمومية

مادة (٣١)

تنشأ بمحكمة النقض/ المحكمة العليا/ محكمة التمييز هيئة تحقيق في جرائم النشر تتكون من ثلاثة من مستشاري المحكمة تختارهم جمعيتها العمومية سنوياً بطريق القرعة وتكون رئاستها لأقدمهم، ويكون لها أمانة فنية من عدد كاف من الأعضاء، وتختص هذه الهيئة دون غيرها بالتحقيق بناء على طلب النيابة العامة أو ذوي الشأن في جرائم النشر التي تقع بواسطة الصحف.

وتختص هذه الهيئة وحدها بتحريك الدعوى العمومية ضد الصحفي في الجريمة التي تقع منه بسبب ممارسة مهنته.

مادة (٣٢)

تختص المحاكم العادية دون غيرها بنظر الجرائم التي ترتكب بواسطة النشر في الصحف، وينعقد الاختصاص المحلي للمحكمة التي يقع في دائرتها

المركز الرئيسي للصحيفة أو مكتب الصحيفة المعتمد إذا كان المركز الرئيسي للصحيفة يقع خارج البلاد.

كلمات في الحرية:

"لا خير في أن تكون هناك هيئة تشريعية منتخبة بحرية، دون أن تكون هناك صحافة حرة تنقل أخبار نشاطاتها، فإذا لم تستطيعوا مساءلة الحكام والحكومات، فسرعان ما ستأتون لا بمجرد حكومة سيئة وحسب، بل وبحكومة فاسدة، حكومة مستقوية، متسلطة، وربما حكومة مستبدة في نهاية المطاف.

وعلى النقيض من ذلك، فإنه حيثما يمكن طرح الأسئلة، وحيثما توجد آراء سليمة ومتنوعة، وأينما أمكن فضح المتعجرفين والمتكتمين على الأسرار، يكون الاتجاه عندئذ نحو وجود حكومة مسؤولة قابلة للمحاسبة، حكومة أفضل".

كلمات حول الحرية:

في ما يلي نص الخطاب الذي ألقي في افتتاح المركز الآسيوي لمنتدى الحرّية في هونغ كونغ بالصين في ١٧ كانون الثاني/يناير ١٩٩٤.

قمت قبل أيام بزيارة المكان الذي تكمن فيه السلطة فعلاً في هونغ كونغ، ارجو أن تلاحظوا عبارة "تكمن فعلاً" ومن العجيب أن ذلك المكان لم يكن دار الحكومة، رغم ما يكمن فيها من سلطة أيضاً، ولم يكن سكرتارية الحكومة، مع أن هناك سلطة كامنة فيها، ولم يكن المجلس التشريعي مع أنه يملك أيضاً سلطة بموجب الدستور.

ربما تتساءلون، أين هو هذا المكان؟ من يملكه؟ ومن يعمل فيه؟ أنا أتحدث طبعاً عن دائرة الأخبار في إحدى محطاتنا التلفزيونية الرئيسية هنا في هونغ كونغ.

فهناك يوجد بعض الناس الأقوياء ذوي النفوذ، فهم، كما في أي مجتمع حر، هم الذين يقررون، إلى حد كبير، ما سيسمعه ٦ ملايين نسمة في هونغ كونغ عن حاكمهم، وعن حكومتهم، وعن مجلسهم التشريعي، وعن ما يجري في

العالم، إنهم هم الذين يقررون ما الذي يعرض للمشاهدة وما لا يشاهد، وما يمكن سماعه وما لا يسمع، وما يرى ضوء النهار وما يسقط مختلطا بغبار أرض غرفة القطع (المونتاج)، وهم بعملهم هذا لهم تأثير أساسي في حياة كل فرد في هذه الأرض (هونغ كونغ) وذلك عن طريق التلفزيون المقصود أن يكون أقوى وسيلة للاتصال.

لا أريد أن أدعي، طبعاً، أنهم هم الوحيدون الذين يمتلكون هذه السلطة، فهم يمارسونها متضامنين مع منافسيهم، الذين بعضهم في هونغ كونغ، والبعض الآخر يبث من الطرف الآخر من العالم، وهم يتنافسون مع فيض من الصحف والمجلات والمنشورات الأخرى، فلهونغ كونغ شهية نهمة للأخبار، إذ إن نسبة ما يباع في مجتمعها من صحف بالنسبة للفرد هي أعلى نسبة من أي مكان في العالم، وذلك طبقاً لمجلة إيكونوميست على الأقل، وهي جهاز من أجهزة الصحافة الحرة المؤثرة المحترمة، وتباع بحرية لعدد كبير من الناس في هونغ كونغ.

وهكذا، فإن هونغ كونغ، شأنها شأن أي مجتمع منفتح وحر، متعطشة للأخبار والحقيقة والصدق، وعندها شغف لسماع ما يجري في العالم، وسماعه من الطرفين المعنيين.

لا أحد يدعي أن الصحافة الحرة قد حققت الكمال، ولا حتى الصحافة بحد ذاتها، لكننا بدون صحافة حرة نواجه مشكلة، فكما أعلن إدوارد مورو (١٩٠٨- ١٩٦٥ صحفي أميركي بارز كان شخصية إذاعية وتلفزيونية مرموقة ثم مديراً لوكالة الإعلام الأميركية ومدافعاً عن حرية الإعلام) قائلاً قبل أن يبلغ عصر التلفزيون نضجه الفعلي: "من المفيد أن نتذكر أن الحرية هي ما يتحقق أولا من خلال الصحافة".

"الحرية من خلال الصحافة" إنها عبارة جيدة، لكن، كيف يمكن لمجتمع ما أن يدعي أنه حر إذا لم يكن بإمكانه أن يتبلّغ بحرية بما هو جار في ذلك المجتمع؟ فعن طريق حرية الصحافة يكتسب هذا العدد الكبير من الفضائل الأخرى للمجتمع الحر ومزاياه حياة ومغزى، وبعد، فلا جدوى هناك في انتخاب مجلس ما إذا

لم يكن هناك من يستطيع أن يخبر عما يفعله، فبدون التدفق الحر للأفكار، وبدون التصادم المستمر للآراء والآراء المختلفة، كيف لنا أن نأمل البتة في أن نصل إلى الحقيقة؟ فالأفكار يجب لها أن تختبر في نقاش علني لمعرفة مدى صمودها، وغربلة الصحيح من الباطل؟ وكيف يمكن لأي مجتمع أن يدعي أنه حر إذا لم يكن يملك تلك الحرية؟

إن هيئة تشريعية منتخبة بنزاهة واثقة بنفسها هي إحدى دعائم الحريات التي تتمسك بها هونغ كونغ بصدق، ولكنها ليست الدعامة الوحيدة، فصحافة حرة لها بحد ذاتها نفس الأهمية، وكل هذه الحريات كما ترون متداخلة ذات علاقة ببعضها البعض، فإذا تضررت واحدة لحق الضرر الأخريات، وإذا تعززت واحدة تقوّت الباقيات.

فلا خير في أن تكون هناك هيئة تشريعية منتخبة بحرية، دون أن تكون هناك صحافة حرة تنقل أخبار نشاطاتها، فإذا أنتم لم تستطيعوا مساءلة الحكام والحكومات، فسرعان ما ستأتون لا بمجرد حكومة سيئة وحسب، بل وبحكومة فاسدة، حكومة مستقوية، متسلطة، وربما حكومة مستبدة في نهاية المطاف، وعلى النقيض من ذلك، فإنه حيثما يمكن طرح الأسئلة، وحيثما توجد آراء سليمة ومتنوعة، وأينما أمكن فضح المتعجرفين والمتكتمين على الأسرار، يكون الاتجاه عندئذ نحو وجود حكومة مسؤولة قابلة للمحاسبة، حكومة أفضل.

والأتوقراطيون التسلطيون هم أكثر من يدركون كل هذا، فهم يعلمون أنه ليس بالإمكان قمع الشعب لفترة طويلة إذا كان عمل من أعمالهم منشوراً ومنتقداً ومفضوحاً في الصحف وعلى الشاشات الصغيرة، أو يصبح مادة لما هو أسوأ، الهزل الساخر. والدكتاتوريون والاستبداديون ليسوا ميالين إلى تقبل الفكاهة والنكتة.

ولذا فإن حرية التعبير عرضة لأن تكون أول ما تحاول الأنظمة التسلطية كبحها، فهم يبدأون بخداع الشعب، وينتهون بخداع أنفسهم.

لكن هؤلاء، من حسن حظ المجتمعات الحرة، لا يمثلون تيار المستقبل، فهم كما يقول المثل: "إنك تستطيع خداع بعض الناس بعض الوقت، لكنك لا تستطيع

خداع كل الناس كل الوقت"، ولعل ما يدعو إلى الرضى أنه أصبح من الصعب هذه الأيام أن تخدع الناس حتى بعض الوقت.

وبينما كان الاعتقاد السائد عموما قبل ٤٠ أو ٥٠ سنة أن التطورات الاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية تعزز السيطرة المركزية، فإنه يبدو أن ما هو سائد اليوم هو العكس، إذ يتم تبادل المعلومات والأفكار بحرية أكبر وعلى نطاق أوسع.

ولذا لا يسع المرء إلا وأن يشعر بالأسف للرقيب المصري، فهو يستطيع أن يحذف جملة، ويقدر أن يتلاعب بصورة ويزوّرها، لكن الأقمار الصناعية وشرائط الفيديو المصورة أصبحت في متناول الناس بشكل متزايد، صحيح أنه يمكن منع أطباق التقاط الأقمار الصناعية وأجهزة الفيديو، لكنه ليس في تصور أحد أنه يمكن نجاح هذا العمل لفترة طويلة، فمن الطبيعي في غضون ذلك أن يرغب مزيد من الناس في امتلاك أطباق الأقمار الصناعية، ويريد مزيد من الناس مشاهدة ما هو محظور عليهم.

فما الذي يعنيه هذا بالنسبة لهونغ كونغ؟ إنه يعني أن هنالك فرصاً عظيمة ومسؤوليات كبرى.

إنه يعني فرصاً هائلة لهونغ كونغ كي تجني فوائد ثورة المعلومات كعاصمة للإعلام في آسيا، وتُعد الفوائد التي ستعود على اقتصادنا بأنها ستكون كبيرة.

لكن ذلك يعني أيضاً أن المسؤوليات ستكون جسيمة، لأنه إذا كان لنا أن نجني تلك العطايا الاقتصادية، فإنه ينبغي على هونغ كونغ وحكومتها وصحافتها وأهلها، عندئذ، أن يدافعوا عن حرية الصحافة هنا قبل وبعد العام ١٩٩٧، وقد وصفت رئيسة جمعية صحفيي هونغ كونغ هونغ كونغ بأنها "واحة لحرية الصحافة" في المنطقة، وهي على حق في ذلك، وعلينا أن نعمل جميعاً في سبيل أن تبقى كذلك.

فنحن في الحكومة علينا مسؤولية خاصة تجاه أداء نصيبنا، ولن نتقاعس عن القيام بتلك المسؤولية، وها أنا أكرر عهدي كحاكم وعهد هذه الحكومة بالدفاع عن حرية الصحافة قياماً وقعوداً، وكما قال فولتير (الأديب والفيلسوف

الفرنسي ١٦٩٤- ١٧٧٨)، ربما لا نحب أحيانا ما تقول، لكننا سندافع حتى الموت عن حقك في قوله.

ونحن عاكفون بتشجيع من جمعية الصحفيين على مراجعة وتعديل كثير من قوانيننا كي نضمن عدم تعدّيها على حرية الصحافة وانتهاكها.

وإن حماة حرية الصحافة في كل يوم بيومه، هم في نهاية المطاف، الذين يمارسونها بأنفسهم كصحفيين ومحرري أخبار وأصحاب صحف يملكون صحف هونغ كونغ أو يعملون فيها.

وأهل هونغ كونغ يعتمدون عليكم في تزويدهم بالأخبار وإبلاغها لهم بصدق وبدون خوف أو محاباة، وهم يعتمدون عليكم في النهوض والدفاع عن أسلوب هونغ كونغ في الحياة من خلال وقوفكم للدفاع عن حقكم في أداء عملكم بكفاءة فاعلة.

وأنا لا أقول إن هذا سيكون أمراً سهلاً دائماً في ظروف هونغ كونغ الخاصة.

لكنكم لستم وحدكم، فافتتاح هذا المكتب اليوم لوجود مركز آسيا لمنتدى الحرية في هونغ كونغ يدل بوضوح على أن أنظار وسائل الإعلام العالمية وعين عطفها موجهة نحو هونغ كونغ، ويسرنا أن يكون منتدى الحرية في هونغ كونغ ونرحب بكم ترحيباً حاراً، فوجودكم يؤكد أهمية دور هونغ كونغ المستمر كعاصمة للإعلام الآسيوي، وستساعد في حماية وتعزيز هذا الدور.

توماس جيفرسون (١٧٤٣- ١٨٢٣ ثالث رئيس للولايات المتحدة (١٨٠١- ١٨٠٩) ومن أشد المدافعين عن الحريات) قال مرة: "إن حريتنا تعتمد على حرية الصحافة، وهي لا يمكن تحديدها دون فقدانها".

"إن قيام قطاع إعلامي نابض بالحيوية والنشاط، مع صحف وإذاعات ومواقع على الإنترنت ومحطات تلفزيون متنافسة مستقلة، يتيح لهذه الأصوات بأن تُسمع، فبإمكان هذه الوسائل تسليط الأضواء على المشاكل، وتشجيع المواطنين والمسؤولين الحكوميين على معالجتها، وتمكين حتى المعدمين من الناس من خلال منحهم المعلومات الحقيقية، والكل يغنم إذا سنحت للفقراء فرصة تحسين أوضاعهم

والمشاركة في الفرص التي تتيحها حرية التعبير، والصحافة الحرة، وحق الاجتماع في المجتمعات الديمقراطية".

يؤمن قطاع وسائل الإعلام المستقل التدفق الحر للمعلومات الحيوي لأي مجتمع ديمقراطي، توجز المؤلفة، مستخدمة أمثلة من عدة دول، الأدوار الأربعة الأساسية التي تلعبها الصحافة الحرة: إخضاعها القادة الحكوميين لمساءلة ومحاسبة الشعب، ونشرها لقضايا هناك حاجة للالتفات إليها، وتثقيفها المواطنين ليتمكنوا من اتخاذ قرارات مستنيرة، وإقامة تواصل بين الناس في المجتمع المدني".

إلين هيوم مديرة مركز وسائل الإعلام والمجتمع في جامعة ماساتشوستس في بوسطن.

عندما يرى المرء كيف تتمكن وسائل الإعلام من تحدّي حتى أغنى وأقوى الزعماء في العالم وفضح ممارساتهم، قد يتساءل المرء عن سبب تحمّل الصحافة الحرة؟ ما هو سبب عدم العودة إلى فكرة الوسائل الإعلامية الخاضعة لسيطرة الحكومة. وتقييد ما يمكن للناس قوله ونشره مع تقييد حق التجمع؟

والجواب هو أنه من المستحيل تحقيق الحد الأقصى من الاستقرار السياسي والنمّو الاقتصادي والديمقراطية بدون تدفق المعلومات بحرية.

فالمعلومات تُشكّل القوة، وإذا ما كان لدولة ما أن تتمتع بالتفوق السياسي والاقتصادي الذي تمكنها سيادة القانون من إحرازها، من الضروري أن تبقى مؤسساتها القوية مفتوحة أمام مراقبة الشعب الدقيقة لها، وإذا كان يُراد للتكنولوجيا والعلوم أن يتقدما، علينا تبادل الأفكار علناً، وإذا كان للحكومات أن تحظى بالتقدير لكونها خاضعة لمساءلة ومحاسبة الشعب، فإن وسائل الإعلام الحرة المستقله ضرورية لتلك العملية، ولهذا السبب بالذات أصّر توماس جفرسون، الواضع الرئيسي لإعلان الاستقلال الأميركي، على أن يتضمن الدستور الأميركي حق أفراد الشعب في حرية التعبير، وحرية الصحافة، والتجمع العام.

فقد كتب سنة ١٧٨٧ يقول: "لو تُرك الأمر لي لأقرر ما إذا كان ينبغي أن تكون لدينا حكومة بدون صحف، أو أن تكون لدينا صحف بدون حكومة، لما ترددت لحظة في اختيار الأمر الثاني"، وهذا لا يعني أن الصحف كانت متساهلة معه عندما أصبح رئيساً، فقد نال نصيبه من التحقيقات الصحفية المحرجة.

لكن جفرسون ظل ثابتاً في تأييده حتى لأدق التمحيص الذي تجريه وسائل الإعلام لأنه كان يدرك أنه في غياب مثل تلك المحاسبة وفي غياب الدفق غير المُقيّد للأفكار، يتعطل النمو الخلاق للدولة ولا يكون أهلها أحراراً.

ويلعب قطاع وسائل الإعلام المستقل أربعة أدوار حيوية في الدولة الديمقراطية:

أولاً: إنه الرقيب على أصحاب السلطة الأقوياء ويخضعهم لمساءلة ومحاسبة الشعب.

ثانياً: إنه يسلط الأضواء على القضايا التي تحتاج إلى الاهتمام بها.

ثالثاً: إنه يُثقف المواطنين لكي يتمكنوا من التوصل إلى الخيارات السياسية.

رابعاً: إنه يقيم التواصل بين الناس، مما يساعد في خلق اللُحمة الاجتماعية التي تربط المجتمع المدني ببعضه البعض.

تحميل المسؤولية للحكومة

إن تأدية وظيفة الرقيب بشكل جيد تكون في الكثير من الأحيان أصعب أدوار الصحافة، فالوكالات والمسؤولون الحكوميون لا يرغبون دائماً في ممارسة الشفافية خاصة إن لم يكن للبلد سجل في ممارسة تقليد إخضاعهم لتفحص الشعب لهم، ففي جورجيا ما بعد العهد السوفياتي، مثلاً، بثّت محطة التلفزة "روستافي ٢" تقارير تحقيقية مثبتة عن مجالات من الفساد الحكومي، وعندما حاولت الحكومة إقفال محطة التلفزيون بدلاً من تصحيح المشاكل، احتشد المواطنون بأعداد كبيرة احتجاجاً، فأجبرت تظاهراتهم دفاعاً عن وسائلهم الإعلامية المستقلة الحكومة على إقالة أعضاء الحكومة الفاسدين وسمحت "لروستافي ٢" باستئناف البث، مثل آخر

هذه المرة من الهند، حيث ضُبط "بانغارو لاكسمان"، رئيس حزب "بهارتيا جاناتا"، على شريط فيديو صوّره صحافيٌّ متخفٍ يعمل في (tehelka.com.internet)، وهو يتلقى المال عما كان يعتقد أنه صفقة سلاح، وقد أسفر الغضب الشعبي، بعد وقوعه في الشرك/ الفضيحة، عن طرد عدد من كبار الوزراء، فوسائل الإعلام التي تؤدي عملاً شريفاً وتُحمّل الحكومة المسؤولية بوسعها أن تساعد في دعم سيادة القانون وتخلق بالتالي مزيداً من الاستقرار في البلاد، وهذا الاستقرار سيجعل البلاد أكثر قدرة على اجتذاب الاستثمارات الاقتصادية الطويلة الأجل، وكما أشار دايفد هوفمان، مؤسس إنترنيوز، الوكالة الدولية غير الحكومية التي تساعد في تدريب وتطوير وسائل الإعلام المستقلة في ٥٠ بلداً: "إن حرية التعبير وتبادل المعلومات ليست مُجرد كماليات، إنها العملة المعتمدة بشكل متزايد في التجارة والسياسة والثقافة العالمية".

تسليط الضوء على القضايا

بدون قطاع صحافة حرة ومستقلة، تقع مسؤولية تحقيق إعلام الشعب وسلامته بالكامل على عاتق الحكومة بمفردها، ويمكن لانعدام المشاركة العامة هذا أن يقوّض أمن البلاد ونموها الاقتصادي.

مثلاً، لم تنشر وسائل الإعلام الصينية تقارير دقيقة أثناء انتشار وباء "سارس" سنة ٢٠٠٣ لأنها كانت تلبي رغبات حكومتها في التقليل من خطورة الأزمة، ولذا لم تصدر إنذارات بأن المرض الفتّاك كان متفشياً وخارجاً عن السيطرة في بيجين (بكين) وفي مناطق أخرى، وواصل المواطنون المفتقرون إلى المعلومات التصرفات الخطرة التي أدّت إلى انتشار المرض، وبدأ البعض يشعر بالذعر مع ارتفاع عدد حالات الإصابة بالمرض في أحيائهم، وشعر السياح كما شعرت أوساط المستثمرين الدوليين بالقلق، وعندما تنقلت صحيفة "وول ستريت جورنال" المستقلة من مستشفى لآخر في بيجين، لجمع الأعداد الحقيقية للإصابات بمرض الالتهاب الرئوي الحاد الشديد (سارس)، فَقَد بعض المستثمرين الأجانب ثقتهم

بموقف الحكومة الصينية الرسمي وبدأوا بسحب موظفيهم من البلد، وأدركت الحكومة متأخرة أنها بحاجة إلى إعلام الناس حول المخاطر الحقيقية وحول مدى المشكلة لتتمكن من وقف انتشار الوباء واستعادة مصداقية الحكومة، وفي هذه الحالة، أحضمت الوسيلة الإعلامية الأجنبية المستقلة الحكومة للمساءلة بالنيابة عن الشعب عندما لم يكن مسموحاً للوسائل الإعلامية المحلية القيام بذلك.

تثقيف المواطنين

تستطيع الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون المحلية، عندما تكون قادرة على العمل بحرية، أن تُشكّل ركائز مهمة لتشييد الديمقراطية، فعلاوة على خدمتها كرقيب على المؤسسات المحلية وتنبيهها الشعب إلى القضايا المتعلقة بسلامته، بإمكان هذه الوسائل أن تساعد المواطنين في فهم حكومتهم البعيدة عنهم والوصول إليها.

وعلى سبيل المثال، عندما أقفلت أكبر أربعة مصارف في الأوروغواي أبوابها خلال أزمة اقتصادية قبل بضع سنوات، اتصل مواطن مُسِنّ في بلدة توكوارمبو بمحطة إذاعة محلية طالباً المساعدة، كانت زوجته مريضة ولم يكن قادراً على استخدام حسابهما في المصرف لدفع أتعاب الطبيب، وقد اتصل مخرجو البرنامج في راديو "زوريلا" بنائب منطقته في البرلمان، الذي أمن بدوره اتصال الرجل بوزارة المالية، وعلم الرجل عندئذ أنه يجري إصدار قانون للطوارئ للإتاحة لأمثاله استخدام حساباتهم المصرفية.

ومن المألوف لدى منتجي البرامج في محطة "توكوارمبو" مساعدة سكان بلدتهم على الاتصال بالوكالات المسؤولة عن تقديم الخدمات الحكومية وعلى الاتصال ببعضهم بعضاً، ويتصل الأهالي بالمحطة بحثاً عن كتب يصعب عليهم العثور عليها، وعن كلاب مفقودة، وعن وظائف وعن موظفين، ومحطة راديو "زوريلا" لا تُشكّل مُجرد لائحة إعلانات للسكان ولا مجرد مدافع عنهم أمام الحكومة، وتقول ماريا مارتن، المخرجة الإذاعية الأميركية التي أمضت بعض

الوقت في المحطة وأعجبت بنجاحها، إنها تُقدم النشرات الإخبارية، وتدير ندوات مناقشة يشارك فيها المستمعون من خلال الاتصالات الهاتفية، وتذيع مقابلات.

ولدى سكان بلدة آنغرين في أوزبكستان مصدر معلومات محلي مماثل، هو محطة تلفزيون، فهم يتصلون هاتفياً بتلفزيون "أوربيتا" الذي يقوم بإذاعة شكاواهم ومشاكل البلدة الأخرى في نشرة الأخبار، وتشاهد السلطات والمواطنون برامج المحطة، وعندما حاولت الحكومة إقفال المحطة في وقت من الأوقات لكبح نفوذها السياسي، قام الناس ورعاة برامج المحطة الذين يعلنون فيها بالاحتجاج على ذلك فاضطرت الحكومة على السماح لها باستئناف نشاطها.

إقامة التواصل بين الناس:

يمكن للحصول على الأخبار المحلية حتى إنقاذ الأرواح، فعندما كان إعصار كاترينا يقترب من نيو أورلينز بولاية لويزيانا في آب/ أغسطس، ٢٠٠٥، نبهت عائلات المهاجرين الفيتناميين المحليين محطة إذاعة محلية صغيرة تبث باللغة الفيتنامية وأعلمتهم بالمناطق الآمنة الممكن اللجوء إليها لضمان سلامتهم والعثور على جيرانهم الأميركيين الفيتناميين.

وعندما بدأ سد سلطان، الواقع مسافة ساعتين إلى الجنوب من كابول، في أفغانستان، بالتهاوي في ٢٩ آذار/ مارس، ٢٠٠٥، اتصل الصحافيون في راديو "غزناويان" بالحاكم الإقليمي الذي أصدر بياناً على الهواء مفاده أن على جميع القرويين الجلاء عن المنطقة، وقد وصل هذا التقرير إلى أسماع جميع الناس قبل انهيار السد وتدمير ذلك للعديد من حوانيت ومنازل أهالي القرية، وقال أحد السكان "كنت أستمع إلى راديو غزناويان وعندما بدأ يتحدث عن سد سلطان، رفعت الصوت وفهمت أنه كان علينا الهرب"، لقد أدى تصرف المحطة بسرعة إلى إنقاذ العديد من الأرواح، وواصلت محطة الإذاعة بعد ذلك تحقيق الاتصال بين جنبي القرية اللذين فصل بينهما الفيضان.

ويتتبع البنك الدولي انفتاح وسائل الإعلام بوصفه عاملاً إيجابياً في التنمية الاقتصادية والسياسية، وقد درس في "تقرير التنمية العالمية للعام ٢٠٠٢" الصادر عنه، ٩٧ بلداً ووجد أن البلدان التي توجد فيها وسائل إعلام محلية مستقلة خاصة تتمتع بمستويات تعليم أعلى ومستويات صحية أفضل وفساد أقل، واقتصادات أكثر شفافية.

ولا ريب في أن الصحافة الحرة لا تعمل دائماً باحتراف، وقد تكون هناك عواقب غير مقصودة لانفتاح وسائل الإعلام، لكن كلما زادت وسائل الإعلام من تقديمها للأنباء المتوازنة وندوات نقاش أهلية، كلما زاد تقدير الناس لها، وهذه المعلومات المدنية الأهلية هي الوقود الذي يغذي الديمقراطية، ذلك أن الأهالي يصبحون أكثر ثقافة ويتحملون قدراً أكبر من مسؤولية تحسين رفاههم.

وبإمكان وسائل الإعلام أن تعمل كصمّام أمان عن طريق تقديم ندوات تُسمع من خلالها المجموعات المختلفة رأيها، وهذه القدرة على نشر وتقديم مختلف وجهات النظر المتنوعة داخل المجتمع أهم مما يعتقده المرء، وقد لاحظت الخبيرة في شؤون الإرهاب، جيسيكا ستيرن، أن الإرهاب يتغذّى، أحياناً كثيرة، على الشعور بالذل، شعور الناس بأنهم غير محسوبين ضمن شرائح المجتمع الرئيسية أو أنهم لا يعاملون باحترام.

وكما يشير دايفد هوفمان، من وكالة "إنترنيوز"، إن "هناك قرائن وافية، بدءاً من حركة الساندينستا في نيكاراغوا حتى المتمردين الألبان في مقدونيا، على أن ضم مجموعات المعارضة إلى الأمة (بوصفها وحدة سياسية خاضعة لحكومة) يوفّر بدائل لا عنفية للنزاعات الأهلية".

وقد درس تقرير آخر للبنك الدولي بعنوان "مشاورات مع الفقراء" أوضاع ٢٠ ألف فقير في ٢٣ بلداً ووجد أن أكثر ما "يميّز الناس الفقراء عن الناس الأغنياء هو أنه ليس لهم رأي مسموع، وعدم القدرة على أن يكون لهم من يمثلهم، وعدم القدرة على إيصال ما يفكرون به إلى السلطات، وعدم القدرة على أن يكون لديهم جهاز يسلّط على ظروف عدم المساواة ويكشفها، إن هؤلاء الناس الذين أجريت معهم

مقابلات لا يحملون شهادات دكتوراه لكنهم يعرفون الفقر جل المعرفة، ولم يكن المال أول ما تحدثوا عنه، لقد كان الافتقار إلى الصوت، الافتقار إلى القدرة على التعبير عن أنفسهم".

إن قيام قطاع إعلامي نابض بالحيوية والنشاط، مع صحف وإذاعات ومواقع على الإنترنت ومحطات تلفزيون متنافسة مستقلة، يتيح لهذه الأصوات بأن تُسمع، فبإمكان هذه الوسائل تسليط الأضواء على المشاكل، وتشجيع المواطنين والمسؤولين الحكوميين على معالجتها، وتمكين حتى المعدمين من الناس من خلال منحهم المعلومات الحقيقية، والكل يغنم إذا منحت للفقراء فرصة تحسين أوضاعهم والمشاركة في الفرص التي تتيحها حرية التعبير، والصحافة الحرة، وحق الاجتماع في المجتمعات الديمقراطية.

حرية الرأي وحرية الصحافة:

يضمن القانون الأساسي في المادة ٥ حرية التعبير عن الرأي، وحرية الصحافة، وحق الحصول على المعلومات من المصادر المتاحة للجميع، ولا وجود للرقابة حيث أن حرية الرأي وحرية الحصول على المعلومات وحرية الصحافة مقيدة بلوائح القوانين العامة والقواعد القانونية الخاصة بحماية الشباب وقانون احترام كرامة الأفراد.

تُلزم الدوائر الحكومية في ألمانيا بتقديم المعلومات للصحفيين، وتتولى الدائرة الاتحادية للصحافة والإعلام التابعة للحكومة الاتحادية (ب بي أ) مهمة الوسيط بين الحكومة والرأي العام، كما تعمل كمنسق للشؤون الصحفية والعلاقات العامة لدائرة المستشار الألماني والوزارات الاتحادية، ويشارك الناطق الرسمي باسم الحكومة الاتحادية بناء على دعوة توجه إليه من المؤتمر الصحافي الاتحادي، وهو اتحاد يضم صحافيي البرلمان، لتزويد الصحافة والرأي العام بمعلومات حول سياسة الحكومة الاتحادية، والناطق الرسمي هو الذي يذهب إلى الصحافة وليس العكس، وهو الأمر الذي يبرز استقلالية الصحافة عن الدوائر

الحكومية، وينطبق نظام الدعوة هذا أيضاً على المؤتمرات الصحافية التي يعقدها المستشار الاتحادي والوزراء الاتحاديون مع المؤتمر الصحفي الاتحادي.

ويعمل في برلين نحو ١٢٠٠ مراسل معتمد ينضمون تحت لواء المؤتمر الصحفي الاتحادي وجمعية الصحافة الخارجية.

حرية الصحافة، وسلامة الصحفيين، والحصانة:

شكلت حرية الصحافة وسلامة الصحفيين والإفلات من العقاب لمرتكبي الجرائم ضد الصحفيين المواضيع الرئيسية لليوم العالمي لحرية الصحافة اليونسكو لعام ٢٠٠٧، وبمناسبة حلول الذكرى العاشرة للجائزة العالمية لحرية الصحافة اليونسكو/ غييرمو كانو، تم الاحتفال في هذه السنة باليوم العالمي لحرية الصحافة في مدينة ميدلين في كولومبيا.

وشكل اغتيال غييرمو كانو، مدير الصحيفة الكولومبية اليومية " El Espectador" شاهداً واضحاً على الجرائم المرتكبة ضد الصحفيين والتي يفلت أصحابها من العقاب، وقد اغتيل غييرمو كانو إيسازا بتاريخ ١٧ كانون أول ١٩٨٦ أمام مخرج الصحيفة في بوغوتا من قبل قاتلين مستأجرين، وكان كانو ضحية لعصابات مافيا تجار المخدرات، والتي شجب أعمالها بكل شجاعة والتي حذر من تأثيراتها الضارة على المجتمع الكولومبي، وقد أصبح القضاة المسؤولون عن التحقيق هدفاً للتهديد والرشوة، وقتل عدد منهم لرفضهم تلقي الرشاوى، وتمد حياة غييرمو كانو، وشجاعته، والتزامه باستقلالية الصحافة، وعزيمته والتي حارب من خلالها لصالح وطنه مثالاً يقتدى به في جميع أرجاء العالم.

واليوم، وبعد مرور ٢١ سنة على موت غييرمو كانو، ما زال العنف ضد الإعلاميين ومؤسساتهم يشكل أحد أكبر التهديدات لحرية التعبير والصحافة، فطبقاً لتقارير منظمة مراسلين بلا حدود، قتل خلال ٢٠٠٦ أكثر من ٧٥ صحفياً و٣٢ من الطواقم الإعلامية، مما جعل العام ٢٠٠٦ الأكثر دموية على الإطلاق، وقال تيموثي بالدنج، كبير المسؤولين التنفيذيين في الاتحاد العالمي للصحف، في تشرين

أول ٢٠٠٦: "أن الصحافة اليوم أصبحت عرضةً للخطر أكثر من أي وقت مضى، حيث قتل أكثر من ٥٠٠ صحفي خلال العقد الماضي، وفي الغالب لمجرد قيامهم بعملهم الصحفي، ولا تعد أعمال القتل هذه هجوماً على الأفراد وحسب، بل أيضاً هجوماً على سائر المجتمع، وبالرغم من ذلك، لم يتم تقديم سوى عدد قليل من القتلة للعدالة".

وخلال الاحتفال باليوم العالمي لحرية الصحافة، دعت اليونسكو جميع المشاركين إلى مناقشة التحديات المتزايدة لسلامة الإعلاميين، وتحديد الأخطار التي تواجه الصحفيين أثناء عملهم في مناطق الصراع، ودراسة مشكلة الإفلات من العقاب بخصوص الهجمات على الصحفيين، والبحث عن إجراءات يمكن اتخاذها لزيادة سلامة الصحفيين.

انقسام عالمي حول أهمية حرية الصحافة:

إذا كان ٥٦٪ من سكان ١٤ دولة يعتبرون أن حرية الصحافة مهمة لضمان قيام مجتمع حر، فإن ٤٠٪ يعتبرون في المقابل إن الاستقرار الاجتماعي يجب أن يأتي في الصدارة، كما أشار استطلاع للرأي أجرته "بي بي سي"، وأجرى هذه الدرسة معهد الاستطلاع الدولي "غلوبسكان" لحساب "بي بي سي وورلد سرفيس".

وشمل الاستطلاع نحو ١١٣٤٤ شخصاً في ١٤ دولة (ألمانيا وجنوب أفريقيا والبرازيل ومصر والإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة والهند وكينيا والمكسيك ونيجيريا وبريطانيا وروسيا وسنغافورة وفنزويلا)، وخلص معدو الدراسة إلى "أن الرأي العام العالمي منقسم حول أهمية حرية الصحافة".

ولفت دوغ ميلر رئيس معهد "غلوبسكان" إلى انه "وفي حين يدافع الناس عموماً عن حرية وسائل الإعلام، الا ان الرؤية الغربية لضرورة وجود صحافة حرة لضمان قيام مجتمع حر ليست متبادلة كونيا في كافة مناطق العالم".

والدول الغربية حيث تسود حرية الصحافة هي اقرب الى الانتقاد في ما يتعلق بنزاهة ودقة الوقائع التي يتم نقلها: ٢٨٪ فقط من الالمان يعتبرون ان اداء وسائل

اعلامهم في هذا المجال جيد، و٢٩٪ في بريطانيا و٢٩٪ في الولايات المتحدة وهم ٤٤٪ في فنزويلا و٤٩٪ في جنوب افريقيا و٥٨٪ في نيجيريا و٦١٪ في كينيا.

وفي الدول حيث الاستقرار الاجتماعي أهم من حرية الصحافة، يعتبر ٦١٪ من الهنود و٥٢٪ من سكان الإمارات أن الوقائع منقولة بنزاهة، خلافاً للروس (٢٧٪) والمكسيكيين (٢٨٪) والبرازيليين (٣١٪) ورعايا سنغافورة (٣٧٪).

واعتبر ٥٦٪ من الذين شملهم الاستطلاع أن الصحافة في بلادهم حرة في نقل الوقائع من دون أي تحريف، واعتقد ١٩٪ فقط أن هناك بعض الحرية لوسائل الإعلام في بلادهم أو هي معدومة.

وفي المقابل، يتساوى تقريباً مستوى التقدير في ما يتعلق بصحة الوقائع المنقولة سواء كانت وسائل الإعلام حكومية أو خاصة حيث يعتقد ٣٩٪ ممن شملهم الاستطلاع أن وسائل الإعلام العامة تقوم بعمل جيد و٤٢٪ يعتبرون ان وسائل الإعلام ذات الرساميل الخاصة تقوم بمهمتها الإعلامية بشكل صحيح.

لكن التحقيق لاحظ قلقاً حول تمركز وسائل الإعلام داخل عدد من المجموعات الصحافية: وأعربت غالبية الذين شملهم الاستطلاع في البرازيل (٨٠٪) والولايات المتحدة (٧٤٪) وبريطانيا (٧١٪) عن قلقها خصوصاً من أن الرأي السياسي لأحد المالكين يمكن أن يؤثر على خط افتتاحيات وسائل إعلام مجموعته.

الفصل الحادي والعشرون

الإعلام العربي . . الواقع والتحديات

يعد الإعلام المعاصر أهم وسيلة للتأثير في العديد من الأنساق الثقافية والفكرية لدى الأفراد والجماعات والشعوب، ويشهد العالم في الوقت الراهن ثورة كبرى في عالم المعلومات والاتصالات أو ما يسمى بـ "العولمة" تلقي بظلالها التأثيرية على البنية الفكرية والسيكولوجية والحضارية لدى شعوب المعمورة والعالم العربي يجد نفسه وجهاً لوجه أمام التحدي الإعلامي الغربي المزدوج وذلك بمواجهة تحديين:

الأول: هو التقدم المادي والتطور الحاصل في الغرب في مجال التقنية الاتصالية والإعلامية من أجهزة حاسوب وأقمار صناعية و.. الخ.

الثاني: هو التحدي المعلوماتي والفكري والثقافي ويتلخص في غزو الأفكار الغربية للأنسجة الدماغية والفكرية للإنسان في العالم العربي.

هذان التحديان متكاملان يخدم أحدهما الآخر في جدلية تحدية نتيجتها التأثير سلباً على فكر وثقافة البلدان الطرفية وفرض الأفكار الغربية المركزية على عقول أبنائها (البلدان الطرفية).

وقبل التحدث عن هذين التحديين علينا أن نشير إلى ضعف الإعلام العربي من نواح عديدة فإلى وقت غير بعيد كان الإعلام العربي يتفرع إلى ثلاثة أنواع من الإعلام وهي:

- الإعلام المقروء: صحف- مجلات- نشرات.
- إعلام مسموع: الإذاعات.
- إعلام مرئي حكومي: وهذا الإعلام كان في مجمله إعلاماً رسمياً تابعاً لا بل ناطقاً باسم الحكومات العربية.

وبالرغم من غياب الفقرات والبرامج الخليعة والفاضحة والاستهلاكية لكنه لم يكن موضوعياً في أخباره ولا حيادياً في تحليلاته ولا منهجياً في استطلاعاته لقد كان إعلاماً للسلطة، ومساحة الحرية فيه كان محدوداً جداً

ومن ثم في التسعينيات بدأ الإعلام الفضائي يغزو المنطقة العربية وهذا الإعلام في معظمه لا يتبع إلى الحكومات العربية بشكل مباشر.

وهذا الإعلام - المحطات الفضائية العربية- لا تخرج عن بمطين أثنين إما أنها سياسية وإخبارية أو ترفيهية غنائية، ويعتقد الكثير أن معظم هذه الفضائيات وبخاصة ذات الطابع الإخباري السياسي تفتقد لإستراتيجية إعلامية واضحة تفيد المواطن العربي للارتقاء بوعيه إلى مستويات متطورة ويغلب على برامجها الطابع الشعبوي التحريضي التهييجي الذي يخاطب العواطف بدلاً من تقديم برامج تخاطب العقول والإرادات والمدارك الفكرية للانتقال من حالة التخلف والجهل إلى مدارج التقدم والرقي ويغلب على الحوارات- وبخاصة السياسية- التي تجري في هذه الفضائية أو تلك طابع الانتقائية والتحريض والتكرار والاجترار والصراخ والصياح ولا تحضر- إلا نادراً- أجواء العقل والمنطق والحوار الهادئ البناء.

كما أننا لا نجد- إلا بشكل نادر جداً- فضائيات متخصصة في الشؤون الثقافية والفكرية، بينما نجد الكثير من فضائيات المرح والغناء والخلاعة والمجون هذه الفضائيات تخاطب شريحة كبيرة من المواطنين وبخاصة فئة الشباب وتقوم بتشجيعهم على الكسل من خلال برامج المسابقات التي يغلب عليها اللا اتزان والتهتك.

إذن هذا هو واقع الإعلام العربي الذي يحتاج إلى نقلات تطويرية كبرى لها علاقة بما قدمنا له من وجود تحديين رئيسيين يواجهان هذا الإعلام:

أولاً: التحدي الإعلامي التقاني "التكنولوجي":

إنَّ جوهر التحدي التقاني الغربي ومضمونه هو ما يتمخض عن التقدم الإعلامي التقاني الغربي من نتائج خطرة يمكن أن تحدث على الصعيد العالمي جراء هيمنه الدول المتقدمة على عناصر التقنية بشقيها الأجهزة والبرامج الأمر الذي هيأ

ويهيئ الفرصة للعديد من الشركات المتعددة الجنسية لفرض سيطرتها الإعلامية ومن ثم خدمة مصالحها ومصالح نظمها، يضاف إلى ذلك عدم وجود معايير دولية تنظم امتلاك التكنولوجيا وتوزيعها، ناهيك عن حالة الفقر والتخلف وضعف التنمية في الدول العربية في شتى المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية، نستنتج من ذلك وجود خلل واضح في امتلاك تقنيات الإعلام بين العالمين الغربي والعربي، هذا الخلل له خطورته الكبرى ونتائجه الكارثية على صعيد تكون الأفكار والثقافات والقناعات، حتى أنه ينعكس على نمط الحياة والممارسة اليومية الاعتيادية لأي فرد في العالم يقتني ويتلقى الوسيلة الإعلامية الحديثة والمستوردة من الغرب والموجهة أيضاً من الغرب.

وجدير بالذكر أن الشركات متعددة الجنسية تسيطر على أجهزة الإرسال والمسجلات وكذلك التلفزيون وأجهزة الراديو والتلكس والهاتف وأجهزة الحاسب المعقدة وتهيمن أكبر خمس عشرة شركة أمريكية في مجال الإلكترونيات على ٧٥٪ من الإنتاج الصناعي الالكتروني العالمي في مجال أجهزة الاتصال وتسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على صناعة الدوائر الالكترونية الاندماجية إذ أنها تنتج بنسبة ٦٠٪ إلى ٧٠٪ من إجمالي الإنتاج الدولي في هذا المجال.

إن العالم العربي مدعو اليوم أكثر من أي يوم مضى لتطوير التقانة الإعلامية بإيفاد باحثين وعلماء وخبراء في مجال الإعلام والاتصال إلى الدول المتقدمة لنقل التكنولوجيا الاتصالية بدل شرائها إذ أن ما هو حاصل الآن- للأسف- هو شراء التكنولوجيا الغربية بدل نقلها، والنقل هنا لا يعني اقتنائها وإنما تصنيعها.

ولابد من الإشارة إلى أن هناك سرعة خيالية في حجم التطور التكنولوجي الحاصل في الدول الغربية، وهي لا تساهم في تطوير وتنمية التقانة الإعلامية وغير الإعلامية في العالم العربي أو غيره لعدة أسباب من أهمها: إبقاء هذه الدول في حالة من التبعية الإعلامية وغير الإعلامية وإبقائها دائماً في حاجة ماسة لاستيراد

التكنولوجيا الغربية ليتهيأ لها السيطرة الإعلامية المستمرة تقنياً وفكرياً وثقافياً ومعلوماتياً ولا يمكن للعالم العربي أن يتطور في مجال التقنية الاتصالية إذا لم يتعاون فيما بين دوله لإنجاز التقنية الإعلامية العربية المشتركة وتبادل الخبرات القطرية وتبادل البحوث والدراسات وإقامة الندوات ومراكز التدريب التكنولوجي وزيادة الدعم المالي لمثل هذه النشاطات بما يخدم المسيرة الإعلامية في العالم العربي برمته ويمكن الإشارة في هذا المجال إلى القمر الصناعي العربي "عربسات" الذي تستفيد منه عدة دول عربية وبالرغم من عدم منافسته الإعلامية لأقمار الاتصال الغربية إلا أنه خطوة في الاتجاه الصحيح.

ويمكن الإشارة أيضاً إلى بعض التحركات العربية لتحسين الإعلام العربي وتطويره:

لقد حقق التعاون الإعلامي العربي نقطتين أساسيتين هما:

- إنشاء عدد من مؤسسات الإعلام العربي المشترك.
- إنشاء عدد من مؤسسات التعاون الإعلامي بين الدول العربية.

وتتمثل مؤسسات الإعلام المشترك في الجامعة العربية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ومركز دراسات الوحدة العربية.

وتتمثل مؤسسات التعاون الإعلامي بين الدول العربية في أربع مؤسسات هي:

١- اللجنة الدائمة للإعلام العربي أنشئت بقرار من مجلس الجامعة العربية في ١٩٥٩/٣/٢٦.

٢- مجلس وزراء الإعلام العربي.

٣- اتحاد الإذاعات العربية.

٤- المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات".

ثانياً: التحدي الإعلامي الفكري الثقافي (المعلوماتي):

إن التطور التقني الإعلامي الغربي يخدم بصورة مباشرة الأهداف الفكرية والثقافية للدول الغربية بل هو سبب أساسي في تبعية البلدان النامية ومنها دول

العالم العربي- الإعلامية للدول الغربية فالدول الغربية تمتلك إعلاماً متقدماً تكنولوجياً، هذا الإعلام يسيطر على مصادر وتدفق الأخبار، والتقنية الغربية الإعلامية تساهم في نقل البرامج والمسلسلات والأفلام والمشاهد المتلفزة ومن خلال هذا الامتلاك يستطيع الإعلام الغربي النفاذ إلى قلوب وعقول أبناء الدول النامية مما يشكل تحدياً إعلامياً خطيراً (أو عولمة ثقافية) يهدد الخصوصيات الثقافية لشعوب المنطقة.

إن التبعية الإعلامية للدول الغربية ملحوظ بشكل جلي ويمكن أن يتبدى في النقاط التالية:

١- التكوين الأساسي لوسائل الإعلام والاتصال في العالم العربي هو تكوين غربي والدول العربية تعتمد على هذه الوسائل دون وجود صناعات عربية لمستلزمات وسائل الإعلام والاتصال.

٢- المؤسسات الإعلامية الغربية تحتكر قسماً كبيراً من مصادر المعلومات والأخبار والرسائل الإعلامية المتبادلة في العالم العربي وتكاد أربع وكالات عالمية غربية أن تسيطر بشكل مطلق على حركة تبادل الأخبار الدولية في العالم العربي، هذه الوكالات هي:

- الأسوشيتد بريس- أمريكية،
- يونايتد بريس- أمريكية،
- وكالة الأنباء الفرنسية،
- وكالة رويتر- إنكليزية.

٣- توجد ٣٢ إذاعة موجهة إلى العالم العربي باللغة العربية تديرها دول أجنبية أغلبها من الدول الغربية.

٤ توجد ٢١ وكالة أمريكية للإعلان تهيمن على سوق الإعلان العالمي وهذه الوكالات لها فروع في غالبية الأقطار العربية وتسيطر الوكالات على ٧٥٪

من سوق الإعلان في بلدان مجلس التعاون الخليجي و٥٦٪ من سوق الإعلان العربي.

٥- تستورد محطات التلفزة العربية ما بين ٤٠ و٦٠٪ من برامجها من الدول الغربية ويحتل الإنتاج الأمريكي ٨٠٪ من البرامج المستوردة.

وكما أسلفنا تستورد الدول العربية البرامج والمسلسلات الدرامية الغربية وهي عدا عن ذلك تلهث وراء هذه البرامج والمسلسلات لسد العجز في الإنتاج الدرامي المحلي ولسد الفراغ في ساعات البث التلفزيوني ولذلك عدة أسباب منها:

أ- عجز هذه الدول عن تأمين إنتاج محلي لنقص الكوادر الفنية وارتفاع كلفة الإنتاج وتواضع مستواه الفني وصعوبة تسويقه أمام الإنتاج الغربي الذي يتسم بالجودة العالية ورخص الثمن.

ب- أن الإنتاج الدرامي السابق ذكره تجلبه الصفوة عن عمد لإشباع اهتماماتها وأذواقها وتسعى لترويجه في الداخل عن عمد تحت عدة شعارات ومبررات منها التنوير والتمدين والانفتاح على العالم.

إن الذهنية الموجودة في العالم العربي لا تتعامل مع الواقع الإعلامي بصورة تدعو للتفاؤل فهي إما أنها لا تعي حقيقة الأوضاع وتنطلق من معالجات أيديولوجية حتى أعلى المستويات الرسمية لا تطرح حلولاً ولكنها تزيد من الإثارة والخطابة والتسلية الفارغة من المضمون المعرفي، أو أن الأوضاع الفعلية غائبة عن هذه الذهنية أو أن هذه الذهنية لا تعطي للمشكلة ما تستحق من الأولوية والاهتمام، والأخطر من هذا أن تعالج المشكلة الإعلامية (الاختلال الإعلامي) بمزيد من الاختلال الإعلامي مثلاً أن تزيد من جرعات المواد الإعلامية المستوردة وتلغي الرقابة الأخلاقية القيمية عنها.

الإعلام ودوره في العملية الثقافية:

يعتبر الإعلام بمثابة آلية دينامية ديناميكية قادرة على التحرك والتأثير في المنظومات السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فعاليته الاجتماعية وانتشاره

الواسع فهو- الإعلام- بقدرته على الحراك الثقافي والاجتماعي ومخاطبته القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي المجتمعي بصورة غير مباشرة وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دونما مقدمات ودونما استئذان، والمتلقي للوسيلة الإعلامية يتلهف إليها كحاجة ترفيهية تعويضية عن هموم معيشته ومنغصات حياتية واجتماعية وعائلية متعددة، وهكذا يلتقي المرسل مع المتلقي في دائرة إعلامية محيطها مغلق ومغلف بانتصار المرسل على المتلقي بتأثير الإثارة التقنية والجاذبية الفنية الشكلية المبهرة للمتلقي، الذي يؤدي به إلى تنويمية استسلامية، وتقبل التأثيرات الإيديولوجية والثقافية المبطنة في ثنايا البرامج المقدمة له على طبق من الفضة أو الذهب، وهكذا يتحول المتلقي إلى ضحية من ضحايا الإعلام الذي لا يخلو من التوجيه المقصود بغايات إيديولوجية ثقافية وفكرية.. ونتساءل إزاء التأثير الطاغي للآلة الإعلامية الضخمة ماذا قدم الإعلام العربي للمتلقي في المجتمع العربي ؟

وكما أسلفنا فإن الإعلام العربي يقوم باستيراد الإعلام الغربي (أجهزة وبرامج) مما يلحق أفدح الأخطار بالوعي المجتمعي الذي لابد له من أن يتشكل عىى صورة نابعة من الحاجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمع العربي، ولكن القائمين على الإعلام لأسباب عديدة لها علاقة بالبنية التحتية الاقتصادية والتكنولوجية للمجتمع، ولها علاقة بالبنية الفوقية الفكرية والسياسية والثقافية للمسؤولين عن الإعلام، وبأسباب أخرى لها علاقة بالبنية التخلفية الاجتماعية للجماهير، كل هذه العوامل التي تساهم في ضعف فعالية الإعلام بفضل القائمون على الإعلام العربي التصرف بالآلية التقليدية السلبية التي تعتمد على استيراد التكنولوجيا الإعلامية مع البرامج من الدول التي نحاول انتقاد السياسات الإعلامية لها، إن الإعلام الغربي يقوم اليوم بالاستفادة من الثورة التكنولوجية الهائلة في العالم. ويوظف ذلك إيديولوجياً لترويج السياسات الرأسمالية ومن ثم لتسهيل عملية السيطرة الاقتصادية والاجتماعية على دول الأطراف.

إن السؤال المطروح الآن هو: لماذا لا يقوم المسؤولون عن الإعلام بإعادة الاعتبار للأهمية الإعلامية وتوظيف الإعلام الذي يتداخل مع الثقافة اجتماعياً، أي بمعنى لماذا لا يتم توجيه الثقافة إلى الجمهور عبر أقنية الإعلام، إن الأزمة الثقافية الراهنة وبالرغم من أسبابها العديدة التي من بينها التطور في التقنية الإعلامية، يمكن له أن تعالج وتخف حدتها بشكل عام إذا حصل تنسيق وتبادل بين المنتج الثقافي والوسائل الإعلامية، فالوسائل الإعلامية قادرة بحكم حركيتها التكنولوجية وقدرتها على النشر والانتشار على استيعاب الثقافة كإنتاج اجتماعي وبثها إلى المجتمع ليعود إليه بحالة توعوية توجيهية تأثيرية إيجابية، وامتصاص التأثيرات الإعلامية الخارجية (والعولمة)، إن السؤال المطروح الآن هو: لماذا كل هذا الضجيج والكلام واللغط حول العولمة (والذي يستهلك كمية كبيرة من الوقت والمداد والورق) والذي يأخذ طابعاً نظرياً بحتاً من دون تحريك ساكن في بحر تفعيل الإعلام والثقافة وإحداث عملية التداخل والتبادل والتفاعل والتجادل بين العمليتين الإعلامية والثقافية ليكون الإعلام في خدمة الثقافة، ولتكون الثقافة مقومة وناقدة للإعلام ومطورة له بحيث تتحول العملية بصورتها الإجمالية إلى فعل اجتماعي مثمر يساهم في الارتقاء بالوعي المجتمعي ليكون قادراً على استيعاب التأثيرات الإعلامية والعالمية الخارجية وامتصاصها والحد من مخاطرها المتعددة

وختاماً:

نجد أن الإعلام العربي لا يزال يحتاج إلى خطوات كبيرة وجريئة للدفع به للأمام ولن يتحقق ذلك إلا بوجود إستراتيجية متطورة لإنتاج البرامج الإعلامية وذلك بإتاحة الفرصة الكاملة للمشاركة الثقافية من قبل ذوي الخبرة والاختصاص تقنيين ومثقفين للتغلب على المشكلة الراهنة ويتطلب من الدول العربية التحرك السريع لمواجهة المشكلة ليس بالانغلاق وسد المنافذ وغلق الأبواب وإنما بالتحرك الواثق الصادق الأصيل القائم على الوعي بالمرحلة التاريخية والمواجهة الحضارية القائمة على العلم والأخلاق والثقافة والفكر.

الفصل الثاني والعشرون

عولمة الإعلام

تراود البعض تساؤلات كثيرة: هل يجب علينا أن ندفع ضريبة الحضارة؟ ولمن؟ وماذا نحن استفدنا؟

ماذا تحقق للعرب من تحول الكرة الأرضية إلى ما يشبه القرية الكبيرة مع ثورة المعلوماتية؟ وما هو موقفنا اتجاه العولمة؟ هل نغلق أبوابنا في وجه السيل الجارف عسى أن تستطيع هذه الأبواب الصمود؟ هل نأخذ من ذاك السيل ما يتوافق وفكرنا وندع غير ذلك، هل نحن في حالة توحد بأفكارنا؟ هل نواجه ونعلنها حرباً؟ هل نستكين ونرضخ فنقبل بذلك أن نتقولب وفق المقاسات الغربية والأمريكية؟

تساؤلات كثيرة تستحق الوقوف عندها في محاولة لوضع تصور عن إجابات محتملة. ووجدنا أن ما نراه يختلف عن رؤية الآخر وذاك الآخر ربما يختلف معنا أو يوافقنا، وذلك تبعاً لظرف الحالة وللموروث الفردي من عقائد ومعتقدات وأفكار، ونحن على يقين لو أن هذه التساؤلات طرحت على المستوى العربي لوصلتنا إجابات كثيرة متوافقة ومتناقضة، متشابهة ومختلفة... وتستمر الدوامة، إلا أن الموقف العربي من العولمة وما فيه من تناقض لا يختلف عن الموقف الغربي وإن كان الأخير أكثر انفتاحاً، وكمثال عن موقف الغرب نأخذ مثلاً حديث (أولريش باك)، يقول: "وصل الجدل حول العولمة متأخّراً إلى بلادنا، وهزّ فيها الرأي العام، فالحديث يدور في بريطانيا مثلاً منذ عشر سنوات حول كلمة العولمة (G-Word)، عبر كل الأحزاب السياسية بمشاركة علماء الاقتصاد والاجتماع والعلوم السياسية والتاريخ بحيوية وبصورة مثمرة، وكانت صدمة العولمة في ألمانيا كبيرة".

لماذا الجدل ولماذا الصدمة ولماذا هذا التخوف من العولمة، بداية لنلقي الضوء على هذا المفهوم:

إن لفظة "العولمة" تعود في جذورها إلى الكلمة الإنكليزية "Global" بمعنى عالمي أو دولي أو ربما كروي، وهناك مصطلح ظهر إثر ثورة المعلوماتية هو القرية العالمية (Global village) أي العالم عبارة عن قرية كبيرة واحدة.

ويرى كثيرون أن العولمة حرب استُبدل فيها المدفع والطائرة والقنبلة، بالكلمات والمصطلحات والوسائل الحديثة، وترفع شعارات براقة مثل شعارات حقوق الإنسان وعبارات الأعراف الدولية.

ومن اللافت أنه لا اتفاق بين الباحثين والمحللين حول تحديد بداية زمنية لظاهرة العولمة إلا أن الشائع هو أنها ظاهرة قديمة ذات مصطلح جديد وذات تجليات جديدة أدت الثورة المعلوماتية إلى شيوعها، وهناك من الباحثين من يقول إنها تعود إلى القرن الخامس عشر ثم تطورت مع التقدم التكنولوجي وصولاً إلى هذا العصر.

ومن خلال التعريفات الكثيرة للعولمة يمكن التعرف على أربعة أنماط مختلفة هي:

أ- نمط يرى في العولمة حقبة محددة من التاريخ أكثر منها ظاهرة اجتماعية أو إطاراً نظرياً.

ب- نمط يرى في العولمة مجموعة ظواهر اقتصادية تتضمن تحرير الأسواق وخاصة القطاع العام، وانسحاب الدولة من أداء بعض مهامها ووظائفها الاقتصادية.

ج- نمط يرى في العولمة ثورة تكنولوجية واجتماعية وشكل جديد من أشكال النشاط.

ومن المفيد أن نذكر أن مصطلح العولمة في إطلالته الأولى على الساحة العالمية كان لهدف اقتصادي بحت، وكان يعني أن يتحول العالم إلى سوق واحدة لمنتجين معينين وبرأسمال عالمي، فتنشط الشركات الغربية في العمل على إلغاء الحدود الجمركية، وبهذا تزداد الفجوة اتساعاً ما بين أغنياء العالم وفقرائه، خلافاً للعدل وتساوي الفرص بين كافة البشر، إذ أن ثلاثة أرباع العالم هم في الدول

النامية، وهم يحصلون على ١٦٪ فقط من دخل العالم، ويحصل في المقابل ٣٠٪ من باقي السكان وهم في الدول الغربية على ٨٥٪ من الدخل.

أما اليوم فلم يعد الهدف اقتصادياً فحسب بل غدا هدفاً سياسياً أيضاً، ولا عجب أن نرى على الساحة العالمية معركة غير متكافئة، لا تستخدم فيها الأسلحة النارية المعهودة، إنما هي حرب الكلمات، أو لنقل الحرب الإعلامية، ومن هنا غدا الإعلام وسيلة العولمة لتحقيق المآرب الذي يطمح إليها دعاة العالم الجديد أو النظام العالمي الجديد.

وهنا يلح هذا السؤال: هل إعلامنا مدرك لأهمية ذاته، وهل هو بالقوة التي يمكن استخدامها؟

نحن ندرك أن الإعلام بوصفه وسيلة للإفصاح والتعبير ونقل الأخبار والأفكار والتواصل يشكل خطراً عندما يجتاز الحدود بلا حواز سفر أو تأشيرة دخول فهو خارق للحواجز بل وخارق للعقول.. ولطالما استخدم كأداة في الغزو الثقافي ومطية للعولمة التي هي مثار حديث العصر.. فما الذي يجعل الإعلام أداة اختراق ويخرجه عن هدفه الذي وجد من أجله، ألا وهو نقل المعلومة أو الخبر الصحيح؟

لقد ولد الإعلام قبل ولادة الإنسان وقد مارسته منذ ملايين السنين الحيوانات والحشرات وحتى النباتات وكثير من الكائنات الحية، فالنملة التي تكتشف مصادفة قطعة من السكر تقوم بفرز رائحة خاصة، إنها رسالة يستثمرها النمل فيأتي إلى اللقية بأرتال وفق نظام معين، ومن الأشجار ما يشعر بخطر فيرسل إشارات كيميائية خاصة كتنبيه لأشجار أخرى.. وليست تلك الرسائل سوى شكل من أشكال الإعلام، ويستطيع أي كائن أن يقوم بدور الإعلامي بحياته وبعد فنائه، فالآثار الخالدة التي يجهد علماء الآثار في فهم تكوينها وتاريخها ورموزها هي أسلوب إعلامي، والإشارات التي توضع على الطرق العامة ما هي سوى لغة صامتة يفهمها المعنيون فعندما نرى سهماً منحنياً باتجاه اليمين مثلاً فكأنما هناك شخصاً يعلمنا أن منعطفاً باتجاه اليمين أمامنا وقد نابت تلك الإشارة عن الشخص الذي

ننتظر منه إخبارنا بما يتوجب علينا فعله، ونحن نعلم أن إشارات الطرق هي مصطلحات عالمية متفق عليها، وبالتالي فإن تلك اللغة الصامتة لا تحتاج إلى مترجم، وهي شكل من أشكال الإعلام، ونذهب إلى أبعد من ذلك عندما نعتبر أن قصيدة شاعر ما هي حالة إعلامية فمن خلالها وإذا ما تمتعتَ بملكة الرؤية النقدية تستطيع أن تعرف الكثير عن الشاعر وحالته النفسية عندما كتب قصيدته وتعرف بعض المعلومات عن ظروفه وبيئته.

ولعل كلمة معلومات التي هي جمع لمعلومة ما كانت لتكون لولا الجذر اللغوي (علم)... وما من أحد ليعلم دونما إعلام، إذاً الأدب إعلام، الفلسفة إعلام، الفن وسيلة إعلامية قوية جداً إذ أننا نستطيع من خلال الفن بكل ضروبه وأنواعه أن نكون أفكاراً كثيرة وهذه الأفكار هي معلومات. فكل ضروب المعرفة هي حالات إعلامية لأن المعرفة من العلم وما كانت لتكون علماً لو لم تصل إلينا وعملية التوصيل هي حالة إعلامية، فالمعرفة إعلام، ولهذا يمكن القول أن كل حركة أو إشارة أو رمز أو كود وشفرة أو جمود وسكون في أثر خالد كل ذلك حالات إعلامية.

علينا أن نبين العناصر التي تكون المفهوم الإعلامي وهي:

أ- المرسل.

ب- المتلقي.

ج- وسيلة الإرسال.

المرسل: أو لنقل العنصر البشري الذي يود أن يعلم عن حالة ما... ما هو ولماذا يتجشم عناء صناعة الكلمة...؟

لاشك أن المرسل لا يقوم بعمله إلا إذا أراد أن يحقق هدفاً معيناً، إذاً الهدف عنصر جديد يدخل في مكونات المفهوم الإعلامي، وقد يكون الهدف لغاية تحقيق المنفعة المدية أو المعنوية، وأحياناً كثيرة لتحقيق مآرب سياسية أو اقتصادية، ومهما تعددت الأهداف يبقى المتلقي هو الهدف الأساسي من الإعلام، إذ لا فائدة من وجود محطة إذاعية في جزيرة نائية لا يسكنها البشر... فلا إعلام بلا متلقي. فمن هو هذا المتلقي: إنه ببساطة تلك الشريحة الواسعة من الجمهور على اختلاف الانتماء والعقيدة

والمواطنة والذي غالباً ما يكون الضحية في الإعلام الذي تسيطر عليه قوى غاشمة تمتلك مقومات السيطرة... إذاً لدينا أكثر من شكل للإعلام، إعلام موجه لغايات الهيمنة، وإعلام موجه لغايات إنسانية حافظت على رسالة الإعلام الحقيقية... فمتى يصبح الإعلام خطراً على المتلقي، وما الذي ساعد في جعله أشبه بالقنبلة الموقوتة...؟

نعتقد أن هناك عدة عوامل تضافرت لتجعل من الإعلام أداة تدمير، تضاف إلى أدوات التدمير التي امتلكتها بشكل أو بآخر دول نصفها بالعظمى لأنها امتلكت- على حساب ضعفنا- ناصية القوة... فكيف تحول الإعلام عن غايته الأساسية:

أولاً: هيمنة الدول الرأسمالية على الإعلام من خلال:

- قدرتها على شراء المحطات الأرضية والفضائية وحتى إطلاق أقمار اصطناعية خاصة بها.. ونحن نعلم أن إنشاء محطة إذاعية أو تلفازية أمر مكلف، وتحتاج المحطة إلى تمويل مستمر بعد إنشائها، وقد لا تكفي عائدات الدعاية والإعلان.
- استخدام وسائل الإعلام للاختراق والغزو الثقافي، ومحاولة تعطيل العقل العربي وإخراجه من دائرة التفكير بقضاياه التي ناضل ويناضل من أجلها، وكلنا يعلم بعد انتشار ما يسمى بالصحن اللاقط كم هي كثيرة المحطات المجانية التي من شأنها أن تسيطر على عقول الضعفاء..

ويدخل في نطاق عولمة الإعلام ما يسمى بعولمة الأخبار، حيث تصبح بعض المحطات التلفازية كـ CNN مصدر الأخبار في كثير من مناطق العالم، وهناك الكثير من الشعوب التي فقدت الثقة بإعلامها، وكلنا يعرف كم حظيت إذاعات معينة بثقة المتلقي كإذاعة لندن ومونت كارلو وصوت العرب من أمريكا وعدد من المحطات الفضائية الإخبارية.

ويستخدم مؤيدو العولمة- من إعلاميين وغيرهم- وسائل شتى لنشر وتعميم أفكارهم وهناك الكثير من الوسائل في أسلوب التوصيل، ولا يخفى على أحد أثر الخبر الكاذب والإشاعة في توجيه السلوك، وتلعب الدعاية والتصميم

واستخدام تقنيات الحاسب الآلي الدور الأكبر في هذا المضمار، إلى جانب أثر الخبر العاجل وسرعة نقل الأخبار (السبق الصحفي) وما يترتب عن ذلك من نتائج، ويحاول أصحاب الشأن في الجهات المهيمنة على الدوام إيجاد السبل لتحقيق أهدافهم ولاسيما التدريب الجيد للكوادر الإعلامية وقولبتها بالشكل الذي تريده... وبالمقابل كثيراً ما استخدمت وسائل الإعلام من قبل الحركات الأصولية والانفصالية ومن قبل حركات التحرر كوسيلة للتوصيل للتأثير بالجماهير وكسب تعاطفها من جهة ولترهيب القوى المهيمنة لتعترف بحقوق تلك الجهات، إلا أن استخدامها هذا يبقى في حدود ضيقة لعدم امتلاكها القدرة على التوصيل بالشكل الذي تتمناه، وهذا يقودنا إلى: إشكالية التوصيل في الإعلام العربي.

إشكالية التوصيل في الإعلام العربي:

إن الإعلام العربي ومنذ أن شهد العالم ثورته المعلوماتية يعاني جملة من الأسباب التي جعلته ضعيفاً في مواجهة الإعلام المهيمن ناهيك عن أن الكثير من المحطات الفضائية العربية وللأسف هي قنوات سطحية ورخيصة، وفيما يتعلق بالمحطات الجادة فإن جملة من العوائق تقف في طريقها ومن تلك المعوقات:

١- نقص في التمويل، بمعنى آخر عدم القدرة على إنشاء محطات فضائية منافسة، وقد يستغرب البعض أن تكون الناحية المادية سبباً في ضعف الإعلام العربي ونحن نمتلك الكثير من الموارد، إلا أنه ومن المخجل حقاً أن نقول: إن موارد الوطن العربي يتم الاستفادة منها في نواح أخرى على حساب الناحية الإعلامية، إذ أننا لم نستطع بعد أن نعرف أهمية الإعلام في معركتنا بل في صراعنا من أجل المحافظة على هويتنا، ولهدف التذكير كلنا سمع وشاهد على التلفاز ما فعلته أمريكا في العراق من قصف لمكاتب الإعلاميين، وما فعلته إسرائيل في لبنان عندما تعرضت قاذفاتها لمحطة المنار وإذاعة النور، وما كانوا ليفعلوا لولا إدراكهم لأهمية الإعلام في توجيه السلوك.

٢- عدم وجود اتفاق عربي عربي على النهوض بمحطات أو محطة إعلامية عربية مشتركة قادرة على صد الهجمات الإعلامية المعادية، ولعل سبب ذلك يرجع لعدم وجود تفاهم عربي عربي في كثير من القضايا الأخرى، مثلاً: قضية التطبيع، هناك مواقف متباينة، قضية الإرهاب والمقاومة، فما زالت بعض الأنظمة العربية تسمي المقاومة إرهاباً، وبعض آخر يعتبر الإرهاب مقاومة... ومن المؤسف ألا يعي الكثير مفهوم الإرهاب وثقافة المقاومة... ففي الوقت الذي كانت فيه بعض الفصائل الإسرائيلية تمطر بحممها على مدن لبنان، كانت فصائل إسرائيلية أخرى تحتسي الشاي في ضيافة عربية أصيلة... وفي الوقت الذي خرجت فيه غالبية الجماهير العربية تهتف باسم المقاومة كان هناك من العرب من وصف المقاومين بالمغامرين الذين عليهم وحدهم أن يتحملوا مسؤولية مغامراتهم... ونحن لسنا بصدد تقييم المواقف ولكن أردنا الإشارة إلى عدم وجود الاتفاق العربي العربي حول قضايا مصيرية.

٣- ما يتعلق بحرية الصحافة: ليس عجيباً في بعض البلدان العربية أن تنال السلطات الحاكمة من حرية الصحافة وأن تفرض قيوداً على الخبر الصحفي فهناك مسوغاتها مثل: - الخوف على النظام- الخوف من الشارع وثورته- أسباب أمنية تمنع أحياناً نشر الخبر الصحفي (أمن البلد- أمن أفراد مهيمنين- أمن النظام)... وعندما نقول ليس عجيباً هذا الحظر فلأن أكثر الدول الغربية ادعاءً للديمقراطية تفرض القيود الآنفة الذكر على الصحافة في بلدانها بل وتتعدى ذلك لتفرض هذه القيود في بلدان احتلتها بالقوة كما فعلت أمريكا في حربها على العراق حيث أنها أنشأت محطتها الإذاعية الخاصة، ووجهت المحطات الأخرى لتنطق بما تريده هي وإلا سيكون مصير إعلامييها الاغتيال أو السجن أو الملاحقة.

٤- ويمكن أن نضيف سبباً آخر في ضعف الإعلام العربي ألا وهو الضعف في الكوادر الإعلامية، وهذا الضعف لم ينتج دائماً عن نقص الخبرة والكفاءة وإنما الأسباب السابقة هي التي أوجدت هذا السبب.

٥- عدم القدرة على مواكبة الحدث لحظة وقوعه، بل قليلة هي المحطات الإذاعية والتلفازية التي لديها مراسلون منتشرون في أنحاء مختلفة من العالم، ونحن نعلم أن (البث المباشر) لاسيما أثناء الحروب له تأثير أكبر على المتلقي من الخبر المسجل.

٦- غياب النقد الإعلامي البناء، ونادراً ما تسمح بعض المحطات الإذاعية والتلفازية ببث ما يردها من انتقادات.

وعلينا أن نعترف بأن عولمة الإعلام هي سمة رئيسية من سمات العصر نتيجة ذلك التطور لوسائل الإعلام والاتصال، إن قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفضل ما تقدمه التكنولوجيا الحديثة هي قدرات أمريكية ليس لأننا في عصر سيادة القطب الواحد وحسب بل لأن الهيمنة الأمريكية تتحكم بالثورة المعلوماتية، وعلى سبيل المثال يمكن القول إن المواد الأولية لصناعة الإعلام السريع من تجهيزات تقنية وبرامج إلكترونية وشبكات هي أمريكية قبل أن تنتجها أي دولة أخرى، فالإنترنت مثلاً وهو أهم وسائل الاتصال والتواصل السريع أمريكي الصنع، مصادر المعلومات أمريكية المصدر، أبراج التجسس العالمي أمريكية.

وعودة على بدء يمكننا القول إن الثورة المعلوماتية وانتشار وسائط الاتصال ولاسيما الإنترنت ناهيك عن الصحافة الإلكترونية وما يمكن أن تلعبه من دور إعلامي كل هذا ساهم ويساهم في تنامي دور الإعلام وبالتالي فإن العولمة أثرت وبحد كبير على الأنشطة الإعلامية عالمياً، ولا تخلو اليوم ظواهر الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية من أثر وسائل الإعلام.. ويمكننا أن نجزم أن الإعلام تأثر بظاهرة العولمة فأصبح مطية لها، كما أن العولمة بشكل أو بآخر هي انعكاس لظاهرة الإعلام العالمي الذي حمل الرسالة السياسية والاقتصادية والثقافية عبر وسائله التقنية

الفصل الثالث والعشرون

الصحافة الإلكتروني والأمن الثقافي والمعلوماتي

بداية يجب أن نقر بأن الصحافة الالكترونية بدات بالظهور والانتشار حيث اختطت لنفسها طريقاً جديداً غير مسبوق وأوجدت مهناً جديدة، وعلاقات عمل جديدة، وفرضت قضايا جديدة، على الساحة الإعلامية، الصحافة الالكترونية واقع يفرض نفسه، إن الصحافة الورقية اليوم تواجه تنافساً حقيقياً من قبل الصحافة الإلكترونية، إلا أن الأخيرة ما تزال تواجه الكثير من العثرات وابرزها أن حوالي ٨٥٪ من المواقع على الشبكة العنكبوتية هي باللغة الانكليزية و١٥٪ بباقي اللغات.. وتوجد بعض المشاكل في الشفرات المعرّفة للغة العربية لأنها عالية التكاليف ويتعذر الحصول عليها، إضافة إلى أن العاملين في الصحافة الالكترونية العربية بمعظمهم هواة غير محترفين.

أنواع المواقع: من حيث المحتوى والمضمون

أ- مواقع تجارية و تتميز بـ:

١- التعريف بالمنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع

٢- المساعدة على بيع المنتج للشركة صاحبة العلاقة من خلال التسويق الشبكي، ونلاحظ أن المواقع التجارية لا تحتوي على مواد صحفية سواء

إخبارية أو معلوماتية، إذ غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجاري، ولا نجد في المواقع التجارية خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ البعض إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية.

٢- مواقع تفاعلية: وتعتمد على التفاعل مع الزوار من خلال المنتديات والحوارات المكتوبة وغرف الدردشة والمجموعات البريدية والحوارات الصوتية، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها.

٣- مواقع تعريفية: تعمل هذه المواقع على التعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات وعموماً تكتفي بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية فعالياتها

٤- مواقع إعلامية تكميلية: هذه المواقع تتكامل مع المواقع في مؤسسات إعلامية سواء صحفية أو إذاعية أو فضائية، مثال: مواقع الصحف الورقية، موقع قناة الجزيرة، BBC، CNN، وهذه تتسم بالترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها الإعلامي ولا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في تطابق ضيق وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة بما يتناسب مع طبيعة الانترنت

٥- مواقع صحفية: وتعتبر هذه المواقع صحفية بحتة فهي لم تنشأ من خلال مؤسسة تجارية ولم تنشأ مكملة لمؤسسة إعلامية ولكنها تأسست لتقوم بدور صحفي منذ البداية، فهي تعتمد على هياكل إدارية منتظمة وتركز على تقديم مواد صحفية في قوالب صحفية غالباً من قبل محترفين.

ونركز على أنه ليس كل من كتب في الصحافة الإلكترونية جاز أن نطلق عليه لقب الصحفي، هناك شروط لمزاولة مهنة الصحافة الورقية، لكنها تنعدم أي الشروط في مجال الصحافة الإلكترونية، فما أسهل أن يقتني شخص ما حاسوباً، وأن يدخل على الشبكة العنكبوتية من خلال موقع شخصي يملكه أو من خلال مواقع تنشر كل شيء لروادها الكتاب. ثم إنه ولأسباب كثيرة ولنقل لأسباب سياسية يلجأ البعض إلى الكتابة في الصحافة الإلكترونية عندما لا يجد إلى الورقية سبيلاً، يجب أن نعترف أن الانترنت وابنته الصحافة الإلكترونية أصبحا حقيقة لا مجال لتجاوزها أو نكرانها أو الحد منها، نحن أمام واقع راح يفرض نفسه علينا: صحيح أننا نستطيع بتقنيات برمجية أن نعطل بعض المواقع التي تنفث سمومها، ولكننا لا نستطيع مهما بلغ عدد موظفي الرقابة أن نوقف سيل المعلومات، حتى المواقع التي يمكن تعطيلها تستطيع العودة إلى الشبكة بعناوين جديدة، وإلى أن يتم اكتشافها ستكون قد أفرغت الكثير من سمومها في جعبة المتلقي الذي يكون غالباً هو من يبحث عن تلك المواقع إما ليحذر منها أو حباً بالاستطلاع ولمعرفة الرأي الآخر.

هل من ضوابط..؟ هل نستطيع أن نستخدم مقص الرقابة..؟ هل يمكننا أن نستخدم سياسة الرد بالمثل، هل نعتمد سياسة (التطنيش)، أم أننا ندرب كادراً ليصل إلى الاحتراف نلحقه بما يمكن تسميته (اتحاد الصحفيين الإلكترونيين)، وتكون مهمة هذا الكادر نشر الخبر، التحقيق، الحوار، الحقائق، فضلاً عن إنتاج موضوعات ميدانية مثل تغطية المؤتمرات والندوات والمحاضرات التي تلقى في المراكز الثقافية، وغيرها، ونترك المتلقي يختار ما يرى أنه الأفضل... ربما دخلنا هنا في ميدان منافسة، وقبل الخوض في هذا الميدان يجب أن نميز ما بين صحافة الكترونية وافدة لهدف النيل من هويتنا وصحافة الكترونية وافدة ولكن ليس لها غايات معادية. وحتى نكون في أمان من أعمال القرصنة يتطلب لكادرنا الذي دربناه أن يكتب في موقع أو مواقع لكل منها (دومين) مستقل. غير تابع ومحجور

على ريسيلر يتبع لسيرفر مضمون، ومن هنا يجب الحيطة من المواقع التي تعطي مساحات مجانية، ونؤكد أن لا شيء بالمجان في عالم الإنترنت، أحياناً يدفع المستثمر دون أن يدري ما يدفعه.

نحن والصحافة الالكترونية:

هناك الكثير من المشاكل التي تواجه الصحافة الإلكترونية العربية مثل غياب الإطار القانوني فحتى الآن لا يوجد قانون ناظم كقانون المطبوعات، ولا يمكن ضبط مخالفات أصحاب المواقع بسهولة، إذ أنه مع انتشار ما يسمى مقهى الإنترنت لا يمكننا تحديد هوية الشخص الذي يرسل المعلومات، ومن أساليب القرصنة اعتماد ما يسمى بالاختراق، إذ يمكن لقراصنة الإنترنت الدخول إلى مواقع يعتقد أصحابها أنها آمنة، ويقوم هؤلاء القراصنة بكتابة ما يحلو لهم، ويستطيع أصحاب المواقع تبرئة أنفسهم من التهم التي يمكن أن توجه ضدهم، وفي حالات نادرة يمكن كشف الكاتب من خلال التوقيع الرقمي أو ما يسمى الآي بي- أو العنوان الفريد... إن الصحافة الالكترونية تحاول الآن فرض نفسها على الساحة الإعلامية العربية، والسؤال هل تتوفر لدينا صحافة الكترونية محترفة؟ لا نعتقد على الأقل لغاية كتابة هذه الأسطر ونستطيع أن نجزم أن الصحافة الالكترونية تكاد تكون لدينا عبارة عن مواقع جامدة للصحف الورقية التي تعيد إنتاج نفس المادة على الشبكة.

ولم نجد من خلال بحثنا وتصفحنا لمواقع عربية صحفاً الكترونية استطاعت أن تحعل من مواقعها بوابات محترفة بأخبار متحركة وصور متجددة، لا نزال في طور التكوين ونحن حديثي ولادة أمام عمالقة الإنترنت في أمريكا وأوربا، يجب أن نكون موضوعيين صادقين وعلينا أن نعترف نحن العرب أن منا الكثير من أضاع الوقت، ومنا من أدار ظهره للتطور ليقع أسيراً في زنزانة الماضي، نحن نحتاج إلى أن نمحو الأمية، لم يعد الجهل بالقراءة والكتابة أمية، يجب أن نبحث عن اسم آخر، الأمية اليوم هي الجهل بالمعلوماتية- بأنظمة الحاسوب وبالدخول إلى عالم

الإنترنت وبعض الدول العربية استطاعت أن تحقق الكثير من الإنجازات في ميدان المعلوماتية وهناك الكثير من المساعي لمواكبة العصر، إلا أننا لا نملك الصحافة الإلكترونية القائمة بحد ذاتها، أما مواقع الصحف الرسمية ليست إلا تكرار لما تنشره الورقية، والمؤسف هو غياب الكادر الفني القادر على جعل هذه المواقع جذابة للمتصفح، مع الإشارة إلى عدم وجود قواعد بيانات للاحتفاظ بالمادة المنشورة، فالجديد على أثر القديم.

والسؤال: لماذا لا يكون هناك صحيفة الكترونية عربية تمتلك مقومات الصحافة الإلكترونية، علماً إن إطلاق صحيفة الكترونية على الشبكة عملية غير مكلفة مقارنة بالصحيفة الورقية، وما الذي يمنع القطاع الخاص من إطلاق صحيفة إلكترونية مميزة... لا شك أن هناك صعوبات. أجل فإن أول الصعوبات يكمن في ضعف التمويل، وإذا كان الإعلان أحد أهم الروافد المالية فهو لم يجد طريقه إلى الانترنت حتى الآن، والمواقع العربية الجيدة معظمها مواقع الصحف والمؤسسات التي لديها ميزانيات كبيرة وخبرات طويلة في صناعة الأخبار ولديها شبكة من المراسلين وهناك صعوبة أخرى تكمن في عدم توفر الكادر الصحفي المتخصص في الصحافة الالكترونية، ولكن قبل أن نفكر ببناء موقع لصحيفة الكترونية علينا أن نتمتع بما يسمى الأمن المعلوماتي، فما المقصود بهذا المصطلح الحديث؟

الأمن المعلوماتي:

في كل جانب ترد فيه كلمة (الأمن) إنما يراد منها: تحقيق قدر ما من المنفعة والقوة لتحقيق نوع من الطمأنينة، فالعلاقة ترابطية بين كل أشكال الأمن المطلوبة الآنفة الذكر، لأن تحقيق الأمن الاقتصادي العربي يتطلب تحقيق التنمية الاقتصادية والتكامل الاقتصادي، وهذا يحتاج إلى مجتمع مستقر يعيش الأمن السياسي، وإن تحقيق الأمن السياسي مقرون بمجتمع تحقق فيه حرية الرأي وحرية التفكير وحرية التعبير، شريطة أن تمارس هذه الحرية وفق الأسس القومية

والوطنية، وأن يكون مرام تلك الممارسة لخدمة المصلحة العامة، وهذا المجتمع يجب أن يخلو من الاتجاهات العنيفة والمتطرفة المزعزعة للاستقرار.

كما أن الأمن العسكري يتطلب تحقيق التوازن الاستراتيجي والبحث عن سبل مواجهة الآلة العسكرية المعادية، ونقول أن الأمن العسكري محقق عندما ينام المواطن قرير العين، وحدود بلاده آمنة، ويكون ذلك بتحقيق توازن عسكري لمواجهة كل أنواع التهديد، وأمن المياه أمر متعلق باستمرار التدفق الحر للمياه النابعة من مناطق مجاورة.. ويكون هذا الأمن متحققاً عندما لا يكون هناك احتكاراً لهذه الثروة التي أنعم الله بها علينا.

إن الأمن المعلوماتي مصطلح حديث، ولعل وجه الحداثة يكمن في انتشار الحاسوب وانتشار الإنترنت في العالم، فمع كل لحظة تمضي تزداد شبكة الانترنت العالمية اتساعاً سواء من حيث ازدياد عدد المشتركين أو من حيث ازدياد المواقع وهذا ما يؤدي بطبيعة الحال إلى ازدياد حجم المعلومات التي تنتقل عبر الشبكة، ولا يمكن لأي محاسب أو حاسوب أن يحدد ولو بشكل تقريبي مقدار ما يتطلبه سيل المعلومات من تكلفة مادية وذلك لسبب بسيط مفاده أن بعض المعلومات يمتلك خاصية السرية، ومن المعلومات ما تمتلك أهمية من حيث مادتها لا من حيث حجمها، وبالتالي هي تساوي الكثير.

هناك بعض المعلومات يكون مباحاً للعموم إذ يكفي أن تكتب في أحد محركات البحث العبارة التي تبحث عنها وسوف يقوم محرك البحث باستعراض المواقع التي تحتوي على طلبك إنما هناك معلومات تكون مباحة لأشخاص معينين دون سواهم ولا يمكن الوصول إليها إلا عن طرق كلمة مرور أو عنوان فريد، وغالباً ما تكون هذه المعلومات سرية أو خاصة كتلك التي توضع في صندوق البريد الالكتروني فلا يصل إليها إلا صاحبها (المرسل إليه) وتلجأ الحكومات أو الشركات وكذلك الأفراد إلى تحميل مواقعهم بالمعلومات ليتمكنوا من الوصول إليها بسهولة عند الحاجة، من هنا كان لابد من اللجوء إلى الأمن المعلوماتي الذي

يتطلب نظام حماية على مستويين اثنين: حماية حاسوب المستخدم من الاختراق سواء كان الاختراق بهدف القرصنة أو لعمل تخريبي، والثاني حماية المواقع أو السيرفر والمخدم أو الذي يؤمن اتصال بالانترنت، وهذا عمل عصي على الأفراد بل يجب أن تقوم به الحكومات والشركات الكبرى نظراً للتكلفة المادية الكبيرة التي يتطلبها هذا المستوى من الحماية وعلى المستوى الأول يمكن حماية الحاسوب من الاختراق المباشر أي أن يلجأ شخص إلى القرصنة والإرهاب المعلوماتي دون الاستعانة بالشبكة ويتم ذلك بتشغيل الحاسوب المستهدف والعبث به، وتتم الحماية في وضع كلمة مرور يطالب فيها النظام بعد الإقلاع مباشرة وقبل أن تظهر نافذة سطح المكتب، إلا أن هذه الطريقة ليست محدية تماماً فالقرصان الذي يملك الوقت الكافي لنزع مدخرة التغذية للوحة الأم (Mother board) قادر بذلك على إلغاء المطالبة بكلمة مرور للدخول إلى النوافذ.

وهناك حماية من نوع آخر كأن يقوم المستخدم بتغيير امتداد ملفاته الخاصة ومع ذلك فهذه الطريقة غير فعالة في الحماية إذ أن القرصان الذي يملك بعض المعلومات عن برامج فتح الملفات قادر على اختيار البرنامج الخاص لكل ملف، ولذلك سعت بعض الشركات إلى توفير الحماية من خلال ما يسمى الأمن المعلوماتي البيولوجي، ففي العام ١٩٦٨ ظهر فيلم من الخيال العلمي، تدور أحداثه في العام ٢٠٠١، وحمل ذلك الفيلم اسم (ASpace Odyssey) أي "ملحمة فضائية" وتدور أحداث الفيلم في مركبة فضائية عملاقة وهي تجارية أن تنقل المسافرين عبر الفضاء لقضاء إجازاتهم في مستعمرات على القمر وهذه المركبة تتضمن حاسوباً قوياً وذكياً، اسمه كومبيوتر هال ٩٠٠٠ (HAL 9000) واستخدم ذلك الحاسوب آلات تصوير وتقنيات ذكاء صناعي ليتعرف إلى المدعو ديف وهو قبطان المركبة الفضائية، وليحدد الحقوق التي يملكها على تلك المركبة وها نحن اليوم نعيش في العام ٢٠٠٨ ليس لدينا مركبات فضائية تجارية يمكنها نقلنا إلى مستعمرات فضائية، لكننا بتنا نملك حواسيب يمكنها التعرف إلى الأشخاص، اعتماداً على

خصائصهم الفيزيائية (Physical attributes) ومنحهم حقوقاً معينة للتعامل مع شبكة الحواسيب، بناءً على ذلك، أو حجب هذه الحقوق عنهم، ونشهد اليوم ظاهرة تنتشر بشكل بطيء نسبياً في أجهزة الحواسيب الشخصية والمحمولة، الا وهي: تزويد هذه الأجهزة بأنظمة التحقق البيولوجي (Biometrics) وتستطيع مثل هذه الأنظمة تسجيل معلومات عن بصمات الأصابع والوجوه، والأصوات، وقزحية وشبكية العين، والتوقيع اليدوي، وغيرها من الخصائص الفيزيائية، وأن تعمل كحارس لنظام معين وتسمح بمرورك من بوابة معينة، أو أن تمنعك من المرور، بناءً على انطباق خصائصك الفيزيائية مع المعلومات المخزنة في قاعدة البيانات، ويمكنك أن تنظر إلى هذه التقنية على أنها طبقة من الأمن، تعتمد على شيء لا يمكنك أن تنساه أو تفقده أو تتركه في مكان غير آمن، مثلما يحدث مع بطاقات الدخول الممغنطة أو كلمات السر ولا ريب أنه توجد أنواع كثيرة ومتزايدة من الاستخدامات، للتقنيات الأمنية المعتمدة على التحقق البيولوجي حيث تستخدم هذه التقنيات اليوم للتأكد من وجود الأشخاص في مكان معين مثل مراقبة دوام الموظفين بدقة، أو التحكم في إمكانية الوصول الفيزيائي إلى مواقع معينة، ويمكنك أن تجد تطبيقات جلية لتقنيات التحقق البيولوجي في الحياة اليومية، مثلاً، منع الوصول غير المخول إلى الحسابات المصرفية أو محافظ الأسهم، وتقدم بعض المؤسسات المالية ماسحات بصمات للزبائن مجاناً، للتحقق بشكل أفضل من هويات هؤلاء الزبائن، لضمان سير تعاملات انترنت الخاصة بالمصارف والأسهم بشكل آمن، ونتوقع أن نرى بعد أن تثبت هذه التقنية حضوراً راسخاً، مزيداً من أنظمة التحقق البيولوجي (biometrics) في أجهزة المساعدات الرقمية الشخصية (PDAs) والهواتف النقالة، وغيرها من الأجهزة اللاسلكية، لكن ربما كانت أكبر القطاعات التي ستشهد نمواً في مجال أنظمة التحقق البيولوجي، هي مجال استبدال، أو التكامل مع الأنظمة الأمنية التي تعمل باستخدام كلمات السر في المؤسسات، لكن كلمات السر تحتوي على جوانب سلبية هو توقع هذه الكلمات من قبل المخترقين، وحاجتها إلى الصيانة الدائمة حيث يجب تغير هذه الكلمات

بشكل دوري، لضمان مستوى أعلى من الآمن وتوجد سلبية مادية لاستخدام كلمات السر فهي تكلف الشركات الكبيرة أموالاً طائلة، يتوقع في المستقبل أن يتضمن كل حاسوب شخصي نظام تحقق بيولوجي كجزء رئيسي منه وذلك حسب دراسة أجرتها مجموعة التحقق البيولوجي العالمي (International Biometrics Group, IBG) وهي مجموعة استشارية، لديها مختبرات لفحص أنظمة التحقق البيولوجي، إلا أنه لا تخلو أجهزة التحقق البيولوجي من ثغرات، فالأجهزة رخيصة الثمن يمكن أن يتم تزويرها بسهولة، يقول خبراء الأمن: أن الطريقة الوحيدة لحماية أي نظام حاسوبي بفعالية، هي عبر إضافة طبقات متكاملة من التقنية، لا تتضمن فقط أنواعاً مختلفة من أنظمة التحقق البيولوجي، كأنظمة مسح الوجه والبصمات، بل تتضمن كذلك، بطاقات ذكية، وتشفير، وكلمات سر، وعلى الرغم من أن القطاع الخاص مازال يختبر أنظمة التحقق البيولوجي، إلا أن عدداً من الحكومات بدأت بتطبيقه فعلاً، فقد ذكرت دراسة جديدة أن الخوف من عمليات التسلل والاختراقات الأمنية من المرجح أن يؤدي- إي الخوف- إلى ارتفاع هائل في تكلفة الحماية تصل إلى ٣٠٠٪ في الإنفاق الحكومي وإنفاق الشركات على خدمات الأمن المعلوماتية خلال السنوات الأربع القادمة.

والسؤال الذي يطرح ذاته: هل هناك أمن معلوماتي عربي؟ إن حكومات دول الخليج العربي عرضة لمخاطر كبيرة من الإرهاب الالكتروني عبر الانترنت وفقاً لتصريحات أحد كبار المسؤولين في شركة كومجارد المعنية بتوفير خدمات وحلول حماية وأمن البيانات، والتي أدلى بها أمام حشد من مسؤولي الحكومات الالكترونية العربية مؤخراً، وبالرغم من وجود التشريعات الداخلية في المؤسسات يتم استخدام الانترنت بشكل غير سليم كل يوم، من هنا، على حكومات دول المنطقة، بالإضافة إلى اعتمادها على أحدث الحلول التقنية المعتمدة في العالم لحماية البيانات، أن تعتمد على تنفيذ إجراءات حماية يدوية داخل المؤسسات تحميها من التهديدات الداخلية والخارجية في آن معاً، ولا تزال هناك عقبات كثيرة تعيق الأمن المعلوماتي العربي منها

نقص الكفاءات العلمية، وكذلك عدم الثقة بشركات الحماية، والخوف من أن تقوم تلك الشركات نفسها بتسريب المعلومات التي تقوم بحمايتها

إن الأمن المعلوماتي العربي لا يزال في مرحلة الطفولة ورغم أن تقنيات الاتصالات باتت في متناول أغلب الدول العربية فإنها لا تزال تفتقر إلى الحماية الذاتية، فهي دائماً تستعين بالشركات الأجنبية سواء من أجل حجز البطاقات على الشبكة أو من أجل توفير سبل الحماية كالجدار الناري مثلاً، إلا أنه لم يتوفر بعد لدينا نحن العرب ما نخاف عليه على الشبكة العالمية من معلومات إلا القليل هذا إذا استثنينا دول الخليج العربي، فأسرار التكنولوجيا العربية في الصناعات الثقيلة سواء المدنية أو العسكرية ليست هدفاً لدى قراصنة المعلوماتية لسبب بسيط هو أنه لا نملك هذه التكنولوجيا.

إن الأمن المعلوماتي العربي ضرورة ملحة يفرضها الواقع، ونحن نعترف أننا لم نصل إلى المستوى الأمني المطلوب إما للتكلفة الباهظة التي يتطلبها نظام الحماية وإما لقلة الخبرات والكفاءات في هذا المجال، والمطلوب منا أن نكون حذرين في التعامل مع المعلومات المتدفقة عبر الشبكة لسببين أحدهما قطع الطريق على العولمة وما يحمله هذا المصطلح من معنى، والحد من الغزو الثقافي، والآخر لتأمين بعض الحماية لمعلوماتنا من الاختراق، ولعلَّ الإجراءات التالية كفيلة بتوفير الحد الأدنى من الأمن المعلوماتي:

- عدم فتح رسائل البريد الالكتروني مجهولة المصدر فقد يكمن فيها أحد أخطر أنواع الفيروسات.
- تفريغ محتويات البريد الالكتروني من الرسائل التجارية التي لا تهمنا والتي ترسلها بعض الشركات للدعاية دون إذن مسبق من قبل صاحب البريد الالكتروني
- الحذر من العروض المجانية فقد لا يخلو بعضها من الفيروسات.
- أختيار كلمة سر معقدة تتجاوز الست محارف وحفظها في مكان آمن.

❖ عند التعامل مع الشبكة، عدم الدخول إلى المواقع غير الآمنة، ويمكن فتح الموقع وحفظه بطريقة (حفظ باسم) من القائمة المنسدلة ملف، ثم قطع الاتصال وتصفح الصفحات المحفوظة.

❖ تدريب العناصر واختيار الكفاءات الجيدة للعمل في مجال المعلوماتية.

وأخيراً إذا لم يكن لدينا ما نخفيه أو نخاف عليه لا يعني أننا لا نحتاج إلى الأمن المعلوماتي فنحن نتقدم بخطوات واسعة في مجال المعلوماتية، ولاشك أننا بحاجة إلى حماية ما لدينا من مخاطر القرصنة والإرهاب المعلوماتي، ولسوف تكون معلوماتنا وأسرارنا مستهدفة من قبل هؤلاء الذين لطالما استهدفوا العقل العربي بما يسمى الغزو الثقافي وما زلنا عاجزين على الرد بدات السلاح أي أن نقوم نحن بالقرصنة والإرهاب المعلوماتي، أما سبب العجز الرئيسي ليس في قلة المهارات والكفاءات وإنما ينبع من المبادئ والأخلاقيات العربية وهناك من أفتى بتحريم نسخ المعلومات وسرقتها بدون إذن مالكها، هذا إضافة إلى قانون حماية الملكية الفكرية الذي يعمل به في أغلب دول العالم، وتبقى كلمة الإرهاب بكل معانيها مرفوضة لدينا، وإذا حدث أن مارسنا الإرهاب المعلوماتي، فإننا سنكون مصرين على تسمية هذا العمل بالمقاومة المعلوماتية، إذ يصبح لدينا الحق المشروع في هذه المقاومة عندما نتعرض للقرصنة والإرهاب المعلوماتي، وعلى مبدأ المثل القائل: "المال السائب يشجع على السرقة" علينا أن نوفر لمعلوماتنا أمن الحماية المطلوب

المصطلحات الإعلامية:

نورد أدناه تعريفاً لبعض المفاهيم والمصطلحات الإعلامية الشائعة:

اتجاهات الصحف:

يمكـن تقـسيم اتجاهـات الـصحف إلى ثلاثـة: الـصحف الملتزمـة، والـصحف المستقلة، والصحف الرسمية.

- الصحيفة الملتزمة: هـي التي تنطق باسم حزب أو جماعة أو دين أو مذهب، فتـدعو- مباشـرة وغـير مباشـرة- إلى عقيـدة أو فكـرة، وتـسم موادهـا الإعلامية بسمتها الخاصة، وتدافع عن أفكارها.
- الصحيفة المستقلة: هـي التي لا تنتمي إلى حزب أو جماعة، بل تـرى في نقـل الحقيقة كما هي ومن جميع مصادرها هدفاً أساسياً، بالإضافة إلى أهـداف ثانوية تتعلق بإشباع رغبـات القـارئ والاستجابة إلى رغباته المشروعة والترفيه عنه أو مده بالثقافة.
- الصحيفة الرسمية: هي التي تشرف عليها الدولة لتشرح سياساتها ومواقفهـا في شتى الميادين ولتخدم مصالح إدارتها.

الأخبار والبرامج:

الأخبـار: هـي التغطيـة الواقعيـة لنشاطات وأحـداث جديـدة مهمـة أو مـثيرة للاهتمام، ويهدف منها أن تكون سجلاً متوازناً غير مجمل لما يحدث في اللحظة.

بينما تتمتع البرامج بحرية إبداعية أكبر لبحث قضايا وتحليل وترجمة الآراء المختلفة وطرق تفكير المجتمع من خلال برامج النقـاش والوثائقيات والشؤون العامة وبرامج أخرى من هذا النوع، ويمكن أن تنظر البرامج إلى قضايا من زاوية أو موقف معينين، إلا أنها يجب أن تلتزم بمعايير الإنصاف والدقة في الوقت نفسه.

الإرشادات التحريرية:

المواثيق والأحكام والنصائح والإرشادات التي تحكم المعايير التحريرية و/ أو السياسات التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والغرض منها مساعدة المحررين والصحفيين على أداء وظيفتهم بمهنية.

استبيانات الرأي:

يجب أن يحرص الصحفي على عدم إعطاء استبيانات الرأي أكثر من أهميتها، إذ أنها ليست أكثر من رأي مجموعة من الناس في وقت إعداد الاستبيان كما وقد تتأثر النتائج بنوعية الأسئلة، وحجم الاستبيان، وطريقة الاستجواب أو نوعية الناس الذين يتم استجوابهم، ويجب على الصحفي أن يغطي الاستبيانات وفق سياق النهج المتبع في الوقت الذي اجري فيه الاستبيان، ومن المفضل أن يشمل التقرير المعد معلومات حول هوية الجهة المعدة والمنفذة للاستبيان، ومتى اجري وحجم الاستبيان والطريقة التي تم فيها، أي هل تم عبر الهاتف أو في مقابلة خاصة وجهاً لوجه.

أسلوب التحرير المعتمد في المؤسسة:

وهو مجموعة الإرشادات الداخلية التي تعتمدها المؤسسة الإعلامية حول استخدام اللغة والمصطلحات والصور والجرافيك وكل العناصر الأخرى التي تشكل بمجموعها أسلوب وشكل ورسالة الناتج الإعلامي، وتتمثل فوائد وجود أسلوب تحرير خاص بالمؤسسة في نوع من الاستمرارية وتوحيد المظهر والمضمون وضمان ملائمة الناتج للجمهور المستهدف

الإعلام:

الإعلام عملية اتصال، وهو قبل كل شيء إقامة اتصال بين فرد أو جماعة، لديه مرسلة Message يريد إيصالها إلى فرد أو جماعة آخرين، ولكي يقوم هذا الاتصال لابد من توافر أربعة عناصر: مرسل، ملتقط، قناة اتصال ومرسلة.

الأمن الوطني:

يُسمح بالقيود على حرية التعبير طالما يسن عليها القانون وكانت ضرورية لحماية الأمن الوطني وليست مجرد ذريعة لكبح حق الإعلام والجمهور بالمعرفة، يجب أن يتصدى الصحفي لمحاولات السياسيين والمسؤولين باستخدام الأمن الوطني كذريعة للحد من التغطية الإعلامية المشروعة.

الإنشاء الإعلامي:

لا ضير من تسمية اللغة المستخدمة في الإعلام "إنشاءً إعلامياً" أو "كتابة إعلامية"، وليس للإنشاء الإعلامي وجود مستقل عن اللغة في معناها الواسع، فهو جزء مميز منها، مميز في طريقة الصياغة، وفي التعامل مع الإشارات والرموز والمرسلة والملتقطة، جزء مميز له قواعده وأصوله وعناصره وسماته.

التثبت من صحة المعلومة:

كما يحصل عند تصديق المعلومات أو التأكد من دقتها، فإن على الصحفي التثبت من المعلومة التي يحصل عليها وعدم افتراض أنها صحيحة، حتى وإن جاءت من مصادر رسمية، بل يجب عليه دوماً أن يتحقق من الأمر بنفسه

التحرير أو التوليف أو التقطيع:

التقطيع الصوري أو السمعي هو جزء من الممارسة الصحفية لنقل المعلومة بطريقة منصفة ومتوازنة، يجب أن يتعامل الصحفي مع عملية التقطيع بطريقة مسؤولة، بعدم التشويه أو التلاعب بالحس الأصلي للنص أو الصورة.

التحريض:

هو كل ما يحمل شكله أو مضمونه أو نبرته تهديداً واضحاً ومباشراً بالحث على العنف والاضطرابات والإخلال بالأمن أو الكراهية، التحريض على أساس الجنسية أو الاثنية أو الجنس أو الدين غير مسموح به.

التحزب أو التفضيل أو الولاء الشخصي للعائلة أو الأصدقاء أو العشيرة أو القبيلة:

السماح بالولاءات الشخصية بالتقدم على المسؤوليات المهنية هو تقاطع للمصالح وإخلال بواجب الصحفي تجاه الجمهور.

التشهير:

يتوجب على الصحفي أن يتجنب الإساءة أو إلحاق الضرر النفسي أو المادي لأي طرف من خلال التشهير المتعمد أو غير المقصود.

تصحيح الأخطاء:

تحدث الأخطاء مهما حاولت المؤسسات الإعلامية تجنبها، وتصحيح الخطأ عند إعطاء معلومات خاطئة للجمهور، جزء من الالتزام بالدقة والمهنية، ويتم التصحيح فور حصوله، أو في أقرب فرصة، بإعداد تقرير جديد يتضمن التصحيح، وقد تتطلب الأخطاء الأكبر اعتذاراً أو منح حق الرد للطرف المتضرر أو الاثنين معاً.

التعليق والرأي الخاص:

يجب أن لا يُضمّن الصحفي رأيه الخاص أو يسمح لآرائه الشخصية أو السياسية بالتأثير في تقاريره، يجب أن يكون الصحفي متصفاً، منفتح العقل، ومتوازناً في عمله وان يفصل بين آرائه الخاصة وبين متطلبات العمل.

تغطية النزاعات والصراعات:

ليس من واجب الصحفي ممارسة نوع من الرقابة وإخفاء أو التغطية على مظاهر العنف والاضطراب في المجتمع، إذ أن من حق الجمهور معرفة ما يجري، إلا أن على الصحفي توخي الحيطة والحذر في تغطيته لأحداث العنف، بما لا يؤجج الوضع أو يشجع أو يحث على المزيد، وقد يكون الوضع مرتبكاً وفوضوياً في أعقاب حادث عنف لذا يتوجب على الصحفي أن يكون حريصاً ودقيقاً في التأكد من المعلومات وأن يقدم صورة نزيهة ومتوازنة للحدث.

تغطية نشاطات الجماعات والأحزاب:

التوازن لا يعني أن الجميع يحصل على نفس الدرجة من التغطية الإعلامية، بل يجب أن يوازن الصحفي بين أهمية مجموعات أو أحزاب معينة وان يقرر الأهمية الأخبارية لتغطية نشاطاتهم وحجم التغطية التي يستحقونها وفقاً لأهميتهم، ويجب أن تتخذ هذه القرارات الصعبة وفقاً لأسس مهنية وليس كنتيجة للتعاطف السياسي أو المصلحة أو الولاء الشخصي.

التفرقة والتمييز:

التمييز أو التفضيل لصالح أو ضد شخص ما بناءاً على انتماءه الطبقي أو الديني أو الاثني أو أي شكل من التصنيفات الأخرى، وليس وفقاً للكفاءة أو الاستحقاق الشخصي، بحيث انه يجب أن لا يتأثر عمل الصحفي بهذه الأمور وان يعامل الناس بمساواة.

تقاطع المصالح.

يجب أن لا يكون هناك تقاطع مصالح مابين مصالح الصحفي الخاصة ومسؤولياته المهنية، وينشأ التقاطع إذا ما تدخلت النشاطات والمصالح والعلاقات الخارجية في عمل الصحفي، على سبيل المثال، يجب أن لا تتعارض مصالح الصحفي المالية أو التجارية أو مصالح أهله وأصحابه المقربين بالتأثير على قراراته التحريرية.

حق الجمهور بالمعرفة:

تذكر المادة ١٩ من إعلان الأمم المتحدة العالمي حول حقوق الإنسان أن: "لكل إنسان الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق في اعتناق الآراء دون أن يناله أي تعرض بسببها، والحق في البحث عن والحصول على المعلومات والأفكار ونشرها من خلال أي وسيلة إعلامية دون قيود أو حدود.

الحياد أو عدم التحيّز:

هو عدم أخذ جانب ضد آخر أو تفضيل أي موقف سياسي، كما يمكن وصفه أيضاً بعدم التحيز أو التمييز والتفرقة.

الخصوصية:

يحق للجميع التمتع بالخصوصية، إلا أنها ليست مطلقة ويمكن التجاوز عليها إذا كانت هناك مصلحة عامة تقتضي ذلك، وقد يتمثل الصالح العام في الكشف عن الفساد أو الإجرام أو التصرفات غير اللائقة اجتماعياً وأخلاقياً أو الإهمال أو عدم الكفاءة في تنفيذ الواجبات العامة، إلا أن على الصحفي أن لا يدخل في القال والقيل ونشر الإشاعات والفضائح دون التأكد من الاتهامات أو الادعاءات بدقة قبل نشرها، كما ويجب أن يمنح الطرف الآخر حق الرد قبل نشر أي ادعاءات ضده

الدقة:

التحقق والتأكد من المعلومات، بضمنها الأسماء والأرقام والتواريخ والأماكن، وان لا يتم تشويه أو تحوير أو تزويق أو إساءة استخدام الحقائق، وان تذكر التصريحات كما هي وضمن سياقها الأصلي، وان تكون اللغة المستخدمة واضحة لتلافي الخطأ أو سوء الفهم.

الشفافية:

يجب أن تلتزم المؤسسات الإعلامية بالشفافية حول سياساتها التحريرية ومصادر تمويلها وملكيتها، وعلى العكس، فان قيام المؤسسة الإعلامية بالحد من حق الجمهور بمعرفة المعلومات المشروعة عن المؤسسة نفسها يتعارض مع مبادئ الصحافة والشفافية التي تطالب بها المؤسسات الإعلامية الجهات الأخرى.

الصالح العام:

الإعلام الجيد يخدم الصالح العام أو مصالح الجمهور، فمن مصلحة الجميع أن يكون الإعلام حراً ومستقلاً ويعمل وفق أسس مهنية، والحكومة الرشيدة تخدم الصالح العام أيضاً، إلا أن على الصحفي أن ينتبه لاحتمالات مساواة الحكومة مابين الصالح العام ومصالحها السياسية الخاصة.

الصحافة الدعائية أو التحريضية:

الصحافة الدعائية أو البروباجندا هي تعمُّد توزيع نسخة مشوهة أو أحادية الجانب لمساعدة أو إلحاق الضرر بشخص أو مجموعة أو جماعة أو حزب أو دولة، وتوجد امثلة كثيرة على استخدام الإعلام للأغراض الدعائية أو الحث على العنف والنزاع والكراهية، ويمكن تجنب الصحافة الدعائية أو التصدي لها عن طريق:

أولاً: الالتزام بصحافة منصفة ومتوازنة ودقيقة ونزيهة.

ثانياً: سن القوانين الفعالة.

ثالثاً: دعم التنوع الإعلامي في بيئة إعلامية حرة وتعددية.

الصحافة المنصفة والمتوازنة:

وهي الصحافة التي تقدم جانباً متوازناً من الأحداث، بما يعكس كل وجهات النظر دون تمييز أو تفضيل لجانب ضد آخر، يجب أن يتمتع الصحفي بذهنية مفتوحة خالية من الآراء والأحكام المسبقة.

الصحافة:

يصعب الاتفاق على تعريف واحد للصحافة، ففي حين يعتبرها البعض "إنتاجاً صناعياً وخلقاً فكرياً في آن واحد" (بيار البير)، يعتبرها آخرون "مهنة مكرسة للصالح العام، ولفضح الألاعيب والشرور وعدم الكفاءة في الشؤون العامة، مهنة لا تؤثر الحزبية في ممارستها، بل تكون عادلة ومنصفة لأصحاب الآراء المعارضة" (أدولف أوخس).

الصحفي:

هو من يجمع ويُحضّر وينشر المعلومات الأخبارية على مستوى مهني لغرض الاستهلاك العام، ويصنف الصحفي، في بعض الدول، وفق انتمائه إلى جمعية أو اتحاد مهني معترف به، بينما يعرّف في دول أخرى على انه الشخص الذي يكسب غالبية دخله من ممارسة مهنة الصحافة، وفي عالم يزدحم بوسائل إعلام متعددة فان ظاهرة المواطن الصحفي باتت تكتسب أهمية متزايدة، إذ أصبح بإمكان الجميع إطلاق موقع عبر الانترنت، أو كتابة مقال أو نشر فيلم في موقع مشترك، ويجب ألا ينظر للصحافة بأنها مهنة مغلقة على نفسها أو ملك لنخبة صغيرة، فالمواطن الصحفي يعزز من قدرة الجمهور على الوصول إلى عدد كبير من المصادر والآراء، إلا أن المواطن الصحفي، بشكل عام، لا يعد صحفياً مهنياً بمعنى أن الصحافة

ليست وظيفته الرئيسية ولا يخضع لأي معايير تحريرية أو مواثيق ممارسة متفق عليها من قبل أصحاب المهنة.

الصحيفة:

الصحيفة أو الجريدة هي إصدار يحتوي على أخبار ومعلومات وإعلانات، وعادة ما تطبع على ورق زهيد الثمن، يمكن أن تكون الصحيفة صحيفة عامة أو متخصصة، وقد تصدر يومياً أو أسبوعياً.

نشرت أول صحيفة في التاريخ عام ١٦٠٥ م، ومع دخول القرن العشرين قاومت الصحف المكتوبة كل الاختراعات التكنولوجية الحديثة ابتداء من المذياع وتعريجاً على التلفاز وانتهاءً بشبكة الإنترنت ولكن مع بداية القرن الـ٢١ أصبحت الصحافة المكتوبة بشكل عام عرضة للزوال، لاسيما بعد التوسع الهائل الذي تشهده الثورة المعلوماتية والتي يعتبر الإنترنت الفضاء الرئيسي لها.

تحتوي الصحف العامة (غير المتخصصة) عادة على الأخبار ومنها الأحداث السياسية والجرائم والأعمال والرياضة وربما أيضاً أخبار الطقس والكلمات المتقاطعة والطالع وتأخذ أشكالاً متعددة مثل المقالات والأعمدة والكاريكاتير.

تعد الصحافة المكتوبة من أهم المهن التي تنقل للمواطنين الأحداث التي تجري في محيط مجتمعهم والعالم أجمع والوظيفة الأولى للصحافة هي أن تبحث عن الأخبار فتنقلها ولكن ما يحدث كل يوم أكثر من أن تستطيع الصحف الإحاطة به لذا لا يسرد في الصحف إلا ما يشكل حدثاً.

في عام ١٦٣٢ صدرت الصحيفة الفرنسية الأولى وكان اسمها الأخبار اليومية لاماكن مختلفة بعد ذلك بأشهر تبعتها لاغازيت لصاحبها تيو فراست رينودو حوالي عام ١٧٩٦ كان عدد النشرات الصادرة في باريس يتجاوز السبعين وكانت أول جريدة عربية عام ١٧٩٩ وكان اسمها الحوادث اليومية وكان ظهور أول جريدة عربية في شمال أفريقيا في عام ١٨٤٧ وهي المبشر.

ويطلق أحياناً لفظة السلطة الرابعة على الصحافة لما لها من تأثير على خلق الرأي العام، ومنذ أن ظهرت الوسائل الإعلامية الأخرى من إذاعة وتلفاز وانترنت ومازال الجدل والنقاش دائراً بين أوساط الإعلاميين في مدى قدرة هذه المهنة (والتي تسمى أحياناً بمهنة البحث عن المتاعب) على البقاء والديمومة نظراً لسهولة انتشار الوسائل الإعلامية الأخرى وزيادة قدرتها على التأثير في الجمهور إضافة إلى جاذبيتها، ولكن ظلت الصحافة تحافظ على مكانتها وذلك عبر لجوئها إلى بدائل أخرى ومحاولة البقاء ضمن دائرة اهتمامات الجمهور من خلال الإعلانات أو تقديم الخدمات العامة أو التعمق في الأحداث اليومية وسرعة الوصول إلى القارئ وغيرها.

اللغة والإعلام:

يتفق اللغويون المحدثون ومتتبعو الدراسات الألسنية، على أن التحديد الدقيق لمفهوم اللغة لم يزل غير محسوم نهائياً، إنما هناك ما يشبه الإجماع عند الألسنيين على أن اللغة تنظيم معين من الإشارات، أحد أهدافه الأساسية تأمين الاتصال والتواصل.

المؤتمرات الصحفية:

المؤتمرات الصحفية وسيلة مفيدة للدوائر الرسمية والمنظمات الأخرى لنشر معلوماتها والتعامل وجهاً لوجه مع مجموعة من الصحفيين، الا أن على الصحفي عدم التسليم دون نقد أو تساؤل، بكل ما يقال له في المؤتمر الصحفي، بل عليه أن يقيّم مصداقية المعلومات، ويتساءل عنها ويطالب بإجابات، ويجب أن يكتشف المعلومات التي أخفيت، إن وجدت، فالحقيقة تكون أحياناً غير تلك التي يراد نشرها من خلال المؤتمرات الصحفية.

المتهم بريء حتى تثبت إدانته:

هو المبدأ المعروف والمتفق عليه عموماً في أي بلد يسود فيه القانون، من المهم ألا يفترض الصحفي الذنب في شخص ألقي عليه القبض أو اتهم بارتكاب جريمة أو

جنحة، كما يجب ألا يعتمد الصحفي تصريحات الشرطة إذا ما أدانت المتهم دون محاكمة أو دليل، على سبيل المثال يمكن أن يذكر الصحفي أن: فلان تم إلقاء القبض عليه للاشتباه بتورطه في عملية اختطاف، أو: فلان متهم بالاختطاف، أو: تدّعي الشرطة أن فلاناً شارك في عملية اختطاف.

المجلة:

هي منشور يصدر بشكل دوري، وتحتوي على العديد من المقالات المختلفة، تقدم المجلات مجموعة متنوعة من المعلومات والآراء ووسائل التسلية، وقد تغطي الأحداث الجارية والأزياء وتناقش الشؤون الخارجية، أو تشرح كيفية إصلاح المعدات وإعداد الطعام، وتشمل الموضوعات المنشورة في المجلات، الأعمال التجارية، والثقافية، والأحداث الجارية، والهوايات، والطب، والسياسة، والدين، والعلوم، والرياضة بالإضافة إلى الأدب القصصي، والشعر، والتصوير وتختلف المجلات عن الصحف من حيث الشكل والمضمون، فالمجلات مصممة للاحتفاظ بها مدة أطول من الصحف، ولهذا تكون أصغر حجماً وأفضل شكلاً. ومن حيث المضمون فإن المجلات أقل اهتماماً بالأحداث سريعة التغير.

أنواع المجلات:

تنقسم المجلات عادة إلى قسمين متخصصة وتسمى أيضاً مجلات تجارية وفنية وهي تلبي الاهتمامات الخاصة برجال الأعمال والصناعة والحرفيين، ومجلات المستهلكين وهي تلبي الاهتمامات الأوسع للجماهير وتكتظ بها مكتبات ومحلات بيع الصحف، وتشمل:

- مجلات الأطفال وتقدم هذه المجلات قصصاً وفكاهات وموضوعات تهم الأطفال.

- مجلات الهوايات ويضم جمهور مجلات الهوايات جامعي العملات المعدنية، والطوابع، وغيرها، كما يضم المهتمين برياضات، أو ألعاب خاصة، أو بزخرفة البيوت، أو أعمال البساتين، أو التصوير.

- المجلات الفكرية وتقدم المجلات الفكرية تحليلاً عميقاً للأحداث الجارية، والثقافية، والسياسية، وتشمل هذه المنشورات: مجلات الرأي التي تناقش الأحداث الجارية، الاقتصادية، أو السياسية، كما تنشر الأدب القصصي والشعر.

- مجلات الرجال وتضم مجلات الرجال مقالات أو قصصاً عن موضوعات كالمغامرات والترويح وأزياء الرجال والرياضة.

- المجلات النسائية وتقدم المجلات النسائية أفكاراً عن مهارات كالطهي، وزخرفة البيوت، وتعالج بعض الدوريات النسائية تربية الطفل، ودور المرأة في المجتمع.

- مجلات خدمات تشمل مجلات الخدمات نصائح متنوعة عن كيفية صنع شيء ما ونصائح طبية وغيرها والاعتماد على النفس.

المجلة في العالم العربي:

تطورت المجلات العربية تطوراً كبيراً، فأصبحت تطبع على ورق مصقول وأغلبها بالألوان، وتحوي مادة غنية تنافس أرقى المجلات العالمية من حيث التحرير والإخراج والطباعة، وتعددت المجلات، فهناك مجلات للشباب وللأطفال والكبار وللجامعيين والمثقفين وألوان التخصص كافة.

مصادر المعلومات:

من الممكن الحصول على المعلومات من أي مصدر موثوق، وليس المصادر الرسمية ووكالات الأنباء وحسب، وقد تأتي المعلومات المفيدة التي تتمع كمادة

أخبارية من مدير مستشفى أو رجل أعمال أو بائع في محل تجاري أو رياضي، على سبيل المثال، الأخبار هي كل ما يثير اهتمام الجمهور ولا تقتصر على ما تقرر الوكالات الرسمية والمتحدثين اعتباره أخباراً، ومهما كان المصدر، فعلى الصحفي التأكد والتثبت من كل المعلومات، فالتثبت وتصديق المعلومة أساس الصحافة وكلما كثُرت مصادر القصة كلما زادت احتمالات صحتها.

المعلومات الرسمية:

يحق للإعلام الوصول إلى المعلومات العامة غير السرية، وإذ يجب ألا يمنع المسؤولون نشر المعلومات التي تقع ضمن حق العامة بالمعرفة، فان على الصحفي التأكد دائماً من مصدر المعلومات الرسمية، كما ويفترض أن تُنسب المعلومات الرسمية لمصادر مسماة، إذ لا يحق للمتحدث الرسمي إخفاء هويته أو طلب عدم ذكر اسمه بل يجب أن تحمل البيانات الصحفية اسم ومنصب الشخص المسؤول عن نشر الخبر.

مقالات الأخبار:

يمكن تقسيم مقالات الأخبار إلى الأنواع التالية:

١- النبأ الموجز.

٢- المقال الإخباري القصير.

٣- المقال المصهور.

٤- التقرير الإخباري.

٥- ريبورتاج.

٦- مقابلة صحفية.

٧- وصف لشخصية ما عبر مقال صحفي.

٨- التحقيق الصحفي.

أ- النبأ الموجز- المقال الإخباري القصير- المقال المصهور: هي وحدات تحليلية يكتبها ويحررها صحفيون يعملون داخل الجريدة، وهي تعتبر المواد الأساسية التي يحررها الصحفيون داخل الجريدة اعتماداً على الأنباء التي تصل إليها عبر وكالات الأنباء والصحفيون.

ب- التقرير الإخباري- الريبورتاج- المقابلة الصحفية: من أجل كتابتها يذهب الصحفي عادة إلى مكان الحدث لجلب المصادر الإخبارية التي يمكنها مساعدته عن طريق إعطائه المعلومات اللازمة.

خصائص الأنواع الصحفية:

١- النبأ الصحفي الموجز: إن النبأ الصحفي الموجز يجيب على الأسئلة التالية: من- ماذا- متى- أين، وعادة لا يتجاوز طول نص النبأ الصحفي الموجز فقرة واحدة التي تكون متألفة من ٥- ٦ أسطر.

٢- المقال الإخباري: يجيب المقال الإخباري القصير بشكل متصل على الأسئلة التالية: من- ماذا- متى- أين، ويتألف المقال الإخباري القصير من ثلاث أو أربع فقرات ويكون عادة برقية وكالة أنباء تُنشر في الصحيفة بدون أي تغيير يُذكر.

٣- المقال المصهور: هو إعادة كتابة مجموعة أخبار متفرقة في مقال واحد، أما مصادر هذه الأخبار فهي وكالات الأنباء- المراسلين الصحفيين- قسم التوثيق في الجريدة.

٤- التقرير الإخباري: يعطي القارئ المعلومات الأساسية حول حدث ما، ويتضمن اختيار المعلومات المرتبطة بالحدث ويتطلب أيضاً وجود الصحفي في

مكان الحدث لينقل الوقائع التي شاهدها ويترك للقارئ حرية الحكم عليها.

٥ الريبورتاج: توجد تقنية لكتابة الريبورتاج وهي تشمل تجميع المعلومات اللازمة حول المواضيع التالية:

أسماء أبطال الحدث، أعمارهم، طريقة تعبيرهم، طرائق ومشاهدات حول الموضوع، الجو العام الذي جرى فيه الحدث، وقبل كتابة الريبورتاج يسأل الصحفي نفسه: ما هي الرسالة التي أنوي إيصالها؟

٦- المقابلة الصحفية: هو حديث يجريه الصحفي مع شخصية أدبية- سياسية أو شخص ما كان شاهداً على حدث ما، وهو حديث ثنائي إجمالاً بين صحفي ومحاوره.

٧- وصف شخصية عبر مقال صحفي: هذا النوع الصحفي يساعد القارئ على معرفة بعض المعلومات عن الشخصية التي يكتب عنها من خلال الحديث عن مزايا الشخص، شكله الخارجي، طريقة تعبيره، عاداته، ماذا كان يعمل، ما هي مشاريعه.

٨- التحقيق الصحفي: يبحث ويفضح إشكالاً ما سياسياً أو اجتماعياً، وهو يشبه البحث العلمي لكنه يختلف في الأسلوب.

٩- مقالات الرأي: وهي:

١- الافتتاحية: مقال صحفي تكتبه شخصية مهمة في الجريدة، من المؤكد أنه يعبّر عن رأي الجريدة.

٢- مقال نقدي: وهو مقال مخصص لنقد المواقف والأعمال والكتّاب وسواهم.

٣ الحديث: مقال موقّع من قبل صحفي مهم يتناول بأسلوب مشوّق موضوعاً ثقافياً أو اجتماعياً.

٤- البطاقة: مقال صحفي قصير يتضمن تعليقاً على حدث ما بأسلوب نقدي ولاذع.

النزاهة.

الالتزام الشخصي بمعايير سلوك وأداء عالية، الصحفي الذي يتحلى بالنزاهة لا يخدع أو يشوه أو يستغل الجمهور أو يستغل موقعه لتحقيق مصلحة شخصية، وهي أيضاً العزم الشخصي والمهني على تحقيق صحافة نزيهة ومنصفة ودقيقة ومسؤولة.

النسب أو الإرجاع إلى المصدر:

تحديد مصدر المعلومات بذكر الاسم أو الأسماء في التقارير الإخبارية، تكون الأخبار أكثر مصداقية وقوة إذا ما عزّز الصحفي تقريره بذكره لمصدر أخباره.

وسائل الإعلام المتحزبة أو ذات الانتماءات السياسية أو الدينية:

ترتبط الكثير من المؤسسات الإعلامية في بعض الدول بجهات سياسية أو دينية أو مصالح أخرى معينة، ويعد هذا التنوع جزءاً من التعددية الإعلامية وهو ظاهرة صحية طالما كان الجمهور على علم واطلاع بمن يمول المؤسسة ويدعمها، لذلك على المؤسسات أن توضح للجمهور مصادر تمويلها وملكيتها وسياستها التحريرية، وعلى المؤسسات الإعلامية السياسية أو الدينية تبني مبادئ تحريرية معينة في تغطيتها الإخبارية، ويجب أن تكون التغطية الإخبارية متوازنة ومعتدلة ومجردة من التحيز، ويجب أن تتخذ القرارات التحريرية على أساس حاجة الجمهور للحصول على صورة متوازنة ومعتدلة من الأحداث.

الوصول إلى المعلومة.

يحق للصحفي، بشكل عام، الوصول إلى المعلومة التي تقع ضمن الحق العام بالمعرفة، وتفرض كل الدول قيوداً معينة على هذا الحق فيما يتعلق بالأمن

القـومي، أو لأسـباب قانونيـة، عنـدما تفـرض المحـاكم قيـوداً لأسـباب قـضائية (كقضايا حضانة الأطفال مثلاً).

المراجع

١- حواس محمود: التكنولوجيا والعولمة الثقافية، المنارة، بيروت ٢٠٠٣م.
٢- دائرة الشؤون الثقافية: حق الاتصال، وزارة الثقافة العراقية، بغداد، ١٩٨٢م
٣- زكي الجابر، في الاتصال التربوي و فلسفة وسائل الإيضاح، مطبعة الأديب، البصرة، ت غ.
٤- سعد لبيب: ثورة في وسائل الاتصال الجماهيري، معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني، بغداد، ١٩٧٤م.
٥- سعد لبيب: وسائل الإعلام ومشكلة التحضر في المنطقة العربية، اليونسكو، باريس، ١٩٨٠م.
٦- سليم معروف، القاموس الإعلامي، مطبعة الشباب، بغداد، ١٩٦٨م.
٧- سليمان جازع الشمري: الصحافة والقانون، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٣م.
٨- عبد الغني عبد الغفور: الإعلام العربي: واقعه، مهماته، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٧٣م.
٩- عبد الغني عبد الغفور: الإعلام العربي: واقعه، مهماته، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٧٣م.
١٠- عبد الغني عبد الغفور: المراسل الحربي والإعلام العربي، مطبعة الإرشاد، بغداد، ١٩٧٩م.
١١- عبد الرحمن عبد الله الزامل، أزمة الإعلام العربي: معضلات وحلول، الدار المتحدة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٧٤م.
١٢- عبد الرحمن عزي، دراسات إعلامية، مركز الطباعة لجامعة الجزائر، الجزائر، ١٩٩٣م.
١٣- عبد الرحمن عزي وآخرون، فضاء الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٩٤م.
١٤- عبد الرحمن عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، الجزائر ١٩٩٥م.
١٥- عبد العزيز شرف: المدخل إلى وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، دار الكتاب المصري، القاهرة، ١٩٨٠م.
١٦- عبد العزيز غنام: مدخل في علم الصحافة، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ١٩٧٧م
١٧- أديب مروة: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، دار مكتبة الحياة، بيروت، ١٩٦١م.
١٨- أديب خضور، النظرية العامة في الصحافة، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، ١٩٩٠م.

١٩- أديب خضور، مدخل إلى الصحافة: نظرية وممارسة، سلسلة المكتبة الإعلامية، دمشق، ١٩٩٤م.
٢٠- برادلي، دوان، الجريدة ومكانتها في المجتمع الديمقراطي، ترجمة محمود محمد سليمة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، د.ت
٢١- بسيوني إبراهيم حمادة: وسائل الإعلام والسياسة، دار النهضة الشرق، القاهرة، ١٩٩٦م.
٢٢- رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية، ترجمة مرسلي محمد ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٤م.
٢٣- زبير سيف الإسلام: علم الإعلام والسياسات الإعلامية في العالم الثالث، المؤسسة الوطنية للكتاب، ١٩٨٦م.
٢٤- عاطف عدلي العبد: التوثيق الإعلامي: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، ط١، القاهرة: مكتبة فيروز المادي ٢٠٠٦م.
٢٥- فاروق أبو زيد: فن الخبر الصحفي، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، ١٩٨٥م.
٢٦- اتجاهات الإعلام الغربي دراسة في الإعلام الإنكلو أمريكي بغداد: دار الحرية ١٩٩٥م.
٢٧- دليل الصحفي في العالم الثالث: ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ١٩٨٨م
٢٨- أديب خضور: الخبر الصحفي، دمشق، مطابع دار البعث، ١٩٨٢م.
٢٩- جلال الدين الحمامصي: المندوب الصحفي، القاهرة، دار المعارف ١٩٩٣م.
٣٠- جلال الدين الحمامصي، الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة، ١٩٧٢م.
٣١- جيهان أحمد رشتي، نظم الاتصال: الإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٠م.
٣٢- تيسير أبو عرجه: الصحافة المعاصرة، الإمارات المتحدة، دار الكتب الجامعي ١٩٩٩م.
٣٣- بوندف فرارر: مقدمة للصحافة، شركة ماكميلان- نيويورك ١٩٦١م.
٣٤- د. عبد الستار جواد: فن كتابة الأخبار، عمان، ٢٠٠٢م.
٣٥- قيس الياسري، الخبر الصحفي: دراسة نظريه وتطبيقات، بغداد- ودار الحكمة لنشر والتوزيع ١٩٨٧م.
٣٦- هوف جورج الإبراق الصحفي، شركة هفتن ملفن بوسطن ١٩٧٢م.
٣٧- ماككيل، تعليم الصحافة، ط٤، شركة ماكميلان، نيويورك ١٩٥٥م
٣٨ أحمد كمال: أجهزة الإعلام في المجتمع المعاصر، منشورات جريدة الصحافة، بغداد، ١٩٧٠م.
٣٩- راسم الجمال: التدفق الإعلامي من الشمال على الجنوب- الأبعاد والإشكاليات، مجلة عالم الفكر، مجلد ٢٣ عدد ١ و٢ ١٩٩٤م
٤٠ محمود علم الدين: تكنولوجيا الاتصال في العالم العربي- مجلة عالم الفكر، مجلد٢٣ عدد ١و٢ ١٩٩٤م.
٤١ دوريس أي كتابر: الإعلام والسياسة الأمريكيه، واشنطن/ نشرة الكونغرس الربيعية ١٩٨٤م.

المحتويات | الصفحة

الفصل التاسع: كتابة الخبر الصحفي ٩٩









الإعلام الصحفي



دار أسامة
للنشر والتوزيع
الأردن- عمان

هاتف: 00962 6 5658253 / 00962 6 5658252
فاكس: 00962 6 5658254 ص.ب: 141781
البريد الإلكتروني: darosama@orange.jo
الموقع الإلكتروني: www.darosama.net



الأردن - عمان - العبدلي
تليفاكس: 0096265664085

